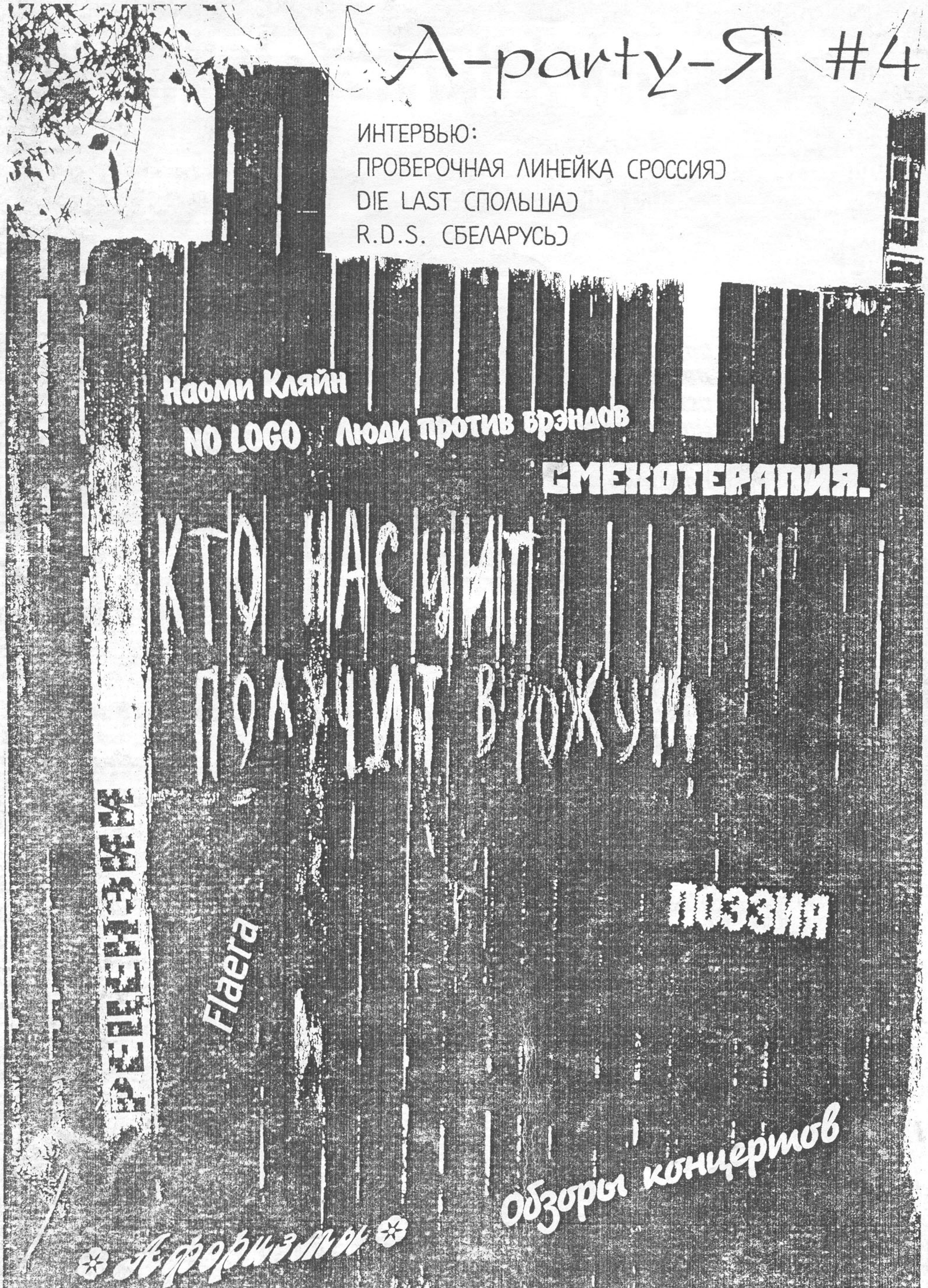
A-party-Я #4

ИНТЕРВЬЮ:
ПРОВЕРОЧНАЯ ЛИНЕЙКА (РОССИЯ)
DIE LAST (ПОЛЬША)
R.D.S. (БЕЛАРУСЬ)



Наоми Кляйн
NO LOGO, Люди против брэндов

СМЕХОТЕРАПИЯ.

ПОЭЗИЯ

РЕЦЕНЗИИ

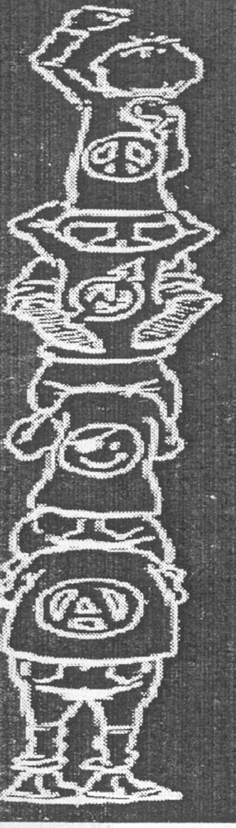
Flaera

Обзоры концертов

Афоризмы

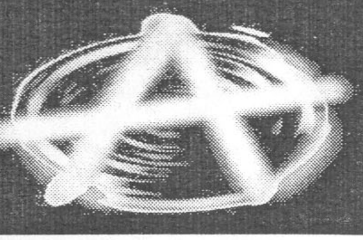
осень-зима 2005-2006 г.

Редакция:
Sanja, Псіх,
Эдик, Ерш,
Ярик
Корректура:
Ганулька
Вёрстка:
Sanja



A-PARTY-Я #4

Контакты:
sanja_amatar@mail.ru
xPSiCHOx@tut.by



ОТ REDАКЦИИ

ВОТ И ПРОДОЛЖЕНИЕ...
ДОЛЖНО БЫЛО БЫ БЫТЬ ГОРАЗДО РАНЬШЕ, НО ЕСТЬ ТОЛЬКО СЕЙЧАС...
МНОГО ЗАПАР БЫЛО, КАК ОБЫЧНО, С АВТОРСКИМИ КОЛОНКАМИ...
ВСЕ ОБЗОРЫ КОНЦЕРТОВ ГОДИЧНОЙ ДАВНОСТИ, НО ОТ ЭТОГО, НАДЕЮСЬ, ОНИ НЕ ПОТЕРЯЮТ...
ОСТАЛЬНЫЕ НАПОЛНИТЕЛИ ГОРАЗДО СВЕЖЕЕ...

ЖДИТЕ... СКОРО БУДЕТ ПРОДОЛЖЕНИЕ...
ИЛИ НЕ ЖДИТЕ... НО ПРОДОЛЖЕНИЕ ВСЁ РАВНО БУДЕТ...

С ЛЮБОВЬЮ ПСІХ

З.Ы. ПОХВАСТАЮСЬ...
У МЕНЯ ВЫШЕЛ УЖЕ 2ТОРОЙ НОМЕР МОЕГО БЕЗОБРАЗНОГО ЗИНА...
ВОТ ТАК...

Наоми Кляйн

NO LOGO Люди против брэндов

НОВЫЙ МИР БРЭНДОВ

Как частное лицо, я обожаю смотреть по сторонам, любуясь открывающимися видами и пейзажами, но я еще никогда не видел, чтобы рекламный щит украшал пейзаж. Там, где все вокруг радует глаз, человек совершает отвратительную мерзость, воздвигая рекламный щит посреди этого великолепия. Когда я уйду в отставку и покину Мэдисон-авеню, я обязательно создам тайное общество, члены которого будут путешествовать по миру на мотоциклах и по ночам, при свете луны, крушить рекламные щиты. И кто из присяжных осудит нас, если однажды мы сознаемся в совершении этих полезных для общества деяний?

Дэвид Огилви, основатель рекламного агентства Ogilvy & Mather, "Откровения рекламного агента", 1963 г.

Колоссальный рост благосостояния и общественного влияния транснациональных корпораций, наблюдающийся на протяжении последних пятнадцати лет, берет свое начало в простой и на первый взгляд совершенно безобидной идее, разработанной теоретиками менеджмента в середине 80-х годов XX века: в положении о том, что преуспевающие компании должны прежде всего создавать брэнды, а не производить товары.

До того времени, несмотря на то, что весь деловой мир сознавал важность поддержки и продвижения брэндов, в центре внимания каждого серьезного товаропроизводителя стоял сам процесс производства товаров. Идея товарного производства стала "евангелием" эпохи машинного производства. Так, например, в 1938 году в передовице журнала Fortune редактор издания утверждал, что причина, из-за которой американская экономика все еще не оправилась от последствий Ве-

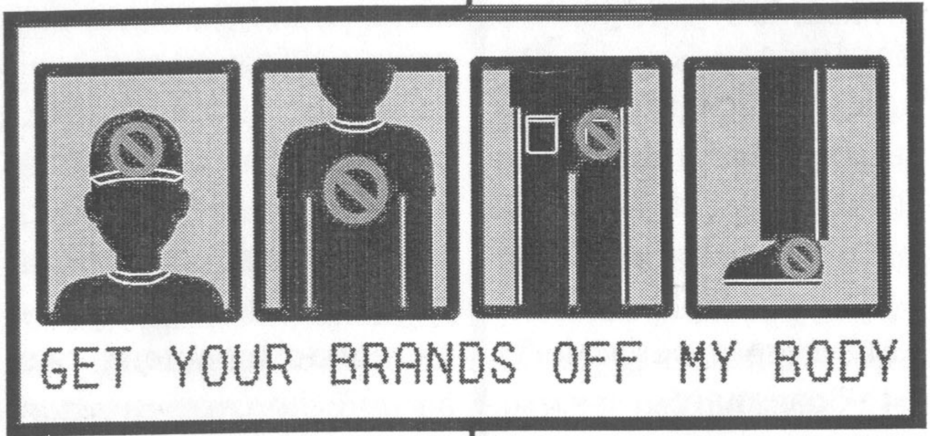
ликой депрессии, заключается в том, что корпоративная Америка упустила из виду важность производства товаров:

...главной и неотъемлемой функцией экономики является производство товаров; чем больше товаров производится, тем больше валовой доход в денежном или натуральном исчислении. Следовательно, источник укрепляющих экономику сил, ныне потерянных нами, надо искать на производстве, на заводах и фабриках, там, где есть станки, доменные печи, прокатные станы и кузницы. Именно на производстве, а также на зем-

ле и под землей создается и берет свое начало покупательная способность населения.

Долгое время товарное производство оставалось, по крайней мере, в принципе, ядром почти любой промышленной экономики. Но к 80-м годам XX века, в период очередного экономического спада, некоторые из самых крупных и влиятельных мировых товаропроизводителей столкнулись с кризисом и начали спотыкаться. По всеобщему мнению, корпорации стали слишком раздутыми и громоздкими образованиями; они владели слишком многим, нанимали слишком много людей и были отягощены производством слишком большого количества товаров. Сам процесс производства — управление заводами и фабриками, ответственность за десятки тысяч штатных сотрудников — стал все меньше выглядеть дорогой к успеху и процветанию и все больше казаться неподъемным грузом ответственности и обязательств.

Примерно в то же самое время возникли корпорации нового типа, которые начали успешно конкурировать на рынке с ведущими американскими товаропроизводителями; это были такие компании, как Nike и Microsoft, позднее — как Tommy Hilfiger и Intel. Эти пионеры нагло и самоуверенно утверждали, что производство товаров является лишь незначительной частью их деятельности, и, благодаря недавним изменениям — либерализации торговли и реформе трудового законодательства, — они способны перекладывать заботы по производству конечного продукта на своих подрядчиков и поставщиков, многие из которых находились за границей. В основном эти компании производили, по их словам, — не товары, но образы, идеи, ценности и стиль жизни, которые отражали их брэнды. Их главной задачей было не производство, а маркетинг. Излишне говорить, что эта формула оказалась невероятно прибыльной, и эти компании добивались успеха, состязаясь друг с другом в “невесомости”: тот, у кого меньше имущества, у кого меньше сотрудников в штате и кто создает самые убедительные идеи и самые яркие образы — в противоположность товарам, — тот и выигрывает в конкурентной борьбе за рынок.



Волна слияний и поглощений, которая захлестнула корпоративный мир в последние несколько лет, представляет собой обманчивое явление, способное ввести в заблуждение любого: это лишь на первый взгляд кажется, будто корпорации-гиганты, объединяя усилия, становятся все крупнее и крупнее. Ключ к пониманию этих перемен — осознать, что по определенным важным показателям — не по доходам и прибылям, конечно, — эти объединившиеся компании на самом деле уменьшаются, сжимаясь и сокращаясь. Это кажущееся величие — просто самый эффективный путь к достижению их настоящей цели: бегству из мира товаров.

И поскольку сегодня многие известные компании больше не производят готовые товары и не рекламируют их, а, скорее, покупают товары и продвигают их под своей торговой маркой, эти компании обречены постоянно искать новые творческие идеи и способы наращивания и укрепления своих брэндов. Для производства товаров требуются станки, доменные печи, кузницы и многое другое; для создания брэнда необходим совершенно иной набор инструментов и материалов. Для этого требуется нескончаемая демонстрация развития брэнда, постоянное обновление визуальных и иных образов, связанных с ним, и, прежде всего, новые пространства для распространения этих образов. В этой части книги я покажу, как — тайно или публично — эти корпорации, одержимые насаждением своих брэндов, ведут войну на различных пространствах общественной и частной жизни. Я расскажу, как они внедряются в общественные организации, например в школы, пытаются формировать сознание молодежи, влияя на процесс ее самоидентификации, вмешиваются в формирование национального самосознания и пытаются использовать любые возможности, чтобы закрепиться на новых рынках, куда прежде не ступала нога маркетолога.

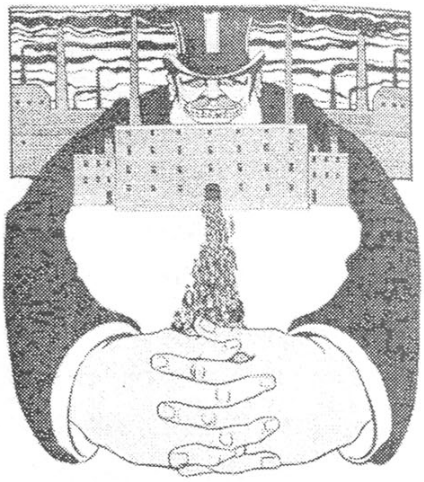
Возникновение брэндов

Сейчас самое время ненадолго оглянуться назад и посмотреть, как впервые возникла сама идея брэндинга. Поскольку многие слова часто используются неверно, заменяя друг друга, необходимо заметить, что брэндинг и реклама — не одно и то же. Реклама продукта — только одна часть величественного плана брэндинга, как и спонсорские мероприятия, франчайзинг и лицензирование использования брэнда в других областях. Рассматривайте брэнд как ядро, как саму сущность современной корпорации, а рекламу — как средство донести эту

сущность до окружающего мира.

Первые массовые маркетинговые кампании, начало которых относится ко второй половине XIX века, имели гораздо больше общего с рекламой, чем с брэндингом, как мы понимаем его сейчас. Имея дело с целым рядом только что изобретенных продуктов — радио, фонограф, автомобиль, электрическая лампа накаливания и проч., — рекламисты сталкивались с более неотложными задачами, чем создание уникального брэнда для конкретной корпорации: прежде всего им необходимо было изменить привычный уклад жизни людей. Рекламные материалы должны были прежде всего информировать людей о существовании новых изобретений; затем убедить их, что жизнь могла бы стать лучше, если они будут пользоваться, например, автомобилями вместо повозок, телефоном вместо почты и электрическим освещением вместо масляных ламп. Многие из этих товаров имели названия, собственные имена и марки — некоторые из них сохранились в нашем языке до сих пор, — но это было, скорее, случайностью и не оказывало существенного влияния на продажи. Эти товары сами по себе были новостью, чего уже вполне достаточно для рекламы.

Первые товары-брэнды возникли примерно в то же самое время, когда появилась реклама товаров-изобретений, и произошло это в основном благодаря относительно свежему продукту изобретательской мысли — фабрике как воплощению идеи разделения труда и промышленного производства. Когда товары стали производиться на фабриках, в ежедневный обиход вошли не только совершенно новые вещи; старые товары — даже обычные ткани — стали приобретать совершенно новые черты. Первые попытки выделить отдельные продукты с помощью брэндинга, отличавшиеся от обычных приемов прямого сбыта, возникли благодаря тому, что рынок стал наводнен одинаковыми безликими товарами — продуктами ма-



шинного производства, которые практически невозможно отличить друг от друга. В эпоху машинного производства были необходимы конкурирующие брэнды: в среде товарного однообразия вместе с конкретным продуктом приходилось создавать его индивидуальный образ, по которому этот продукт могли отличать потребители.

Так изменились задачи рекламы: на смену простому информированию потребителей о технических новинках пришло создание образа определенной "версии" промышленного исполнения товара, выпускаемого под определенной маркой. Первой задачей брэндинга было дать подходящие родовые имена и названия самым распространенным группам товаров: таким, как сахар, мука, мыло и крупы, кото-

рые прежде насыпались лавочниками из мешков и бочек. В 1880-х годах появились корпоративные логотипы, содержащие имена производителей, такие, как Campbell's Soup (супы), H J. Heinz (соленья) и Quaker Oats (крупы). Как отмечают историки и теоретики дизайна Эллен Лаптоп и Дж. Эбботт Миллер, товарные знаки и торговые марки создавались, чтобы вызывать доверие и чувство общности, нейтрализуя тревожность и недоверие, которые вызывали новые и незнакомые товары в однообразной стандартной упаковке. “Знакомые персонажи, такие, как Доктор Браун (Dr. Brown), Дядя Бен (Uncle Ben), Тетка Джемайма (Aunt Jemima), были призваны заменить лавочника, который традиционно отмерял покупателю и взвешивал сыпучие продукты, одновременно выступая в качестве консультанта, рекламного агента и гаранта качества своих товаров... Всенародно известные товарные знаки и марки продуктов-брэндов заменили мелкого лавочника и продавца местного магазина, став необходимым звеном, связывающим потребителя с конкретным продуктом”. После того как в обиход вошли названия продуктов и соответствующие знаки и марки, реклама дала им возможность обращаться непосредственно к потенциальным покупателям. Возникла корпоративная “индивидуальность”, которая получила отдельное имя, упаковку и рекламную поддержку.

В большинстве рекламных кампаний конца XIX — начала XX века использовался один и тот же набор псевдонаучных приемов: конкуренты никогда не принимались в расчет и не упоминались; в рекламных объявлениях использовались только утвердительные формулировки и декларативные заявления; заголовки должны были быть крупными и обособленно располагаться на белом фоне. Как говорил на рубеже веков один рекламный агент: “Рекламное объявление должно быть достаточно большим, чтобы произвести впечатление, но не превышать по размерам товар, который рекламирует”.

Но уже в те далекие времена в рекламном деле были и такие люди, которые понимали, что рекламные послания должны быть не просто рациональными, искусно сработанными технически и апеллировать к чувству здравого смысла потребителя — они должны учитывать и духовное измерение жизни, в них необходимо вложить душу. Брэнды способны взывать к чувствам людей (вспомните ободряющий и обнадеживающий образ Тетки Джемаймы), но не только сами брэнды — целые корпорации могли олицетворять собой некую созданную ими идею, воплощать некий образ, представление о самих себе. В начале 20-х годов прошлого века Брюс Бартон, легенда

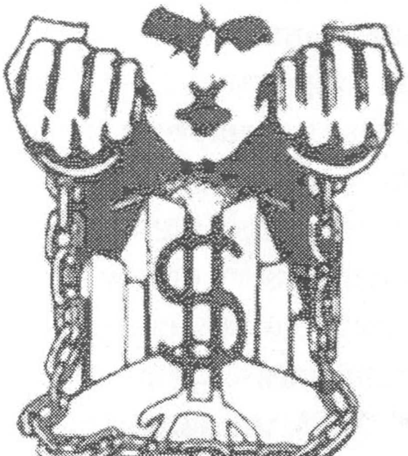
рекламного бизнеса, превратил General Motors в метафору для каждой американской семьи, во что-то "очень личное, теплое и человечное", а аббревиатура GE стала не столько именем безликой компании General Electric, сколько, по словам Бартона, "инициалами друга". В 1923 году Бартон сказал, что роль рекламы состоит в том, чтобы "помочь корпорациям найти свою душу". Религиозное воспитание — он был сыном священника, — наложило отпечаток на его взгляды и выразилось в возвышенных призывах: "Я привык думать о рекламе как о чем-то большом, о чем-то величественном, о

чем-то таком, что глубоко пронизывает всю организацию и исходит из самой ее души... У любой организации есть своя душа, как есть она у человека или у целой нации", — говорил Бартон президенту GM Пьеру дю Понту. Рекламные ролики General Motors стали историями о людях, которые ездят на автомобилях General Motors, — это были истории о священнике, аптекаре или сельском докторе, которым удается, благодаря надежности своего автомобиля марки GM, "вовремя добраться до постели умирающего ребенка, чтобы вернуть его к жизни".

К концу 1940-х годов появились первые ростки осознания того, что брэнд — не просто изящная эмблема, запоминающийся слоган или красивая картинка на этикетке, украшающая продукты компании: сама компания может иметь особую индивидуальность, метафорически запечатленную в брэнде (brand identity), или собственное "корпоративное сознание" — так называли в то время этот эфемерный атрибут корпоративной культуры. По мере развития этой идеи специалист по рекламе перестал воспринимать себя как ассистента коммивояжера, помогающего продать товар, и вместо этого возвел себя в ранг "мыслителя, властелина умов, творящего коммерческую культуру", выражаясь словами эксперта по рекламе Рэнделла Ротберга. Пытаясь установить подлинную сущность брэнда — или brand essence, как это часто называют, — рекламные агентства стали обращать все меньше внимания на конкретные продукты и их атрибуты и занялись изучением психологических и антропологических аспектов влияния брэндов на культуру и жизнь людей. Эти проблемы представлялись крайне важными, и, хотя корпорации попрежнему продолжали выпускать именно товары, потребители покупали уже не товары, а брэнды.

Чтобы привыкнуть и адаптироваться к этому сдвигу в массовом сознании, товаропроизводителям потребовалось несколько десятилетий. Они продолжали цепляться за представления о том, что в центре их бизнеса по-прежнему должно оставаться производство и что брэндинг

— всего лишь важное приложение. В 80-х годах



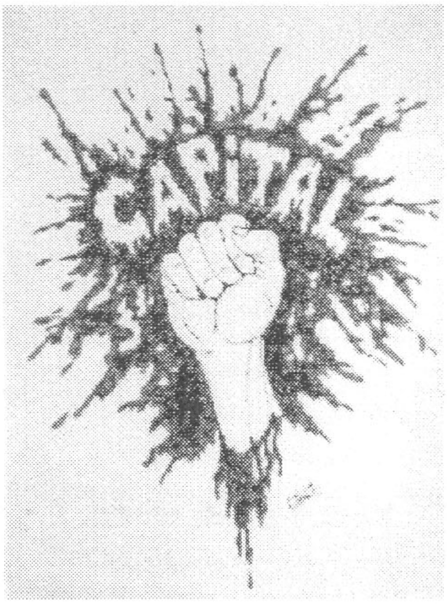
им на смену пришло повсеместное маниакальное наращивание чистой стоимости брэндов (brand equity), решающим моментом которого стало приобретение в 1988 году корпорацией Philip Morris компании Kraft за 12,6 миллиардов долларов — в шесть раз больше балансовой стоимости активов компании. Очевидно, что разница в цене означала, сколько стоила сама марка Kraft. Конечно, на Уолл-стрит понимали, что десятилетия активного маркетинга и усилия по продвижению собственных брэндов не могли пройти даром, и стоимость компаний повышалась, превышая балансовую стоимость активов и значения ежегодных объемов продаж. Но покупка Kraft показала, что огромная сумма денег была выложена за нечто такое, что раньше считалось абстрактным и не измеряемым — за торговую марку. Это событие стало захватывающей новостью для всего рекламного мира, который теперь имел полное право потребовать у своих клиентов рассматривать расходы на рекламу не просто как затраты на выполнение планов по продажам: теперь они были инвестициями, вкладами в собственные нематериальные активы, повышавшими рыночную стоимость компании, ее капитализацию. Чем больше тратишь, тем больше стоит твоя компания. Неудивительно, что это привело к значительному росту расходов на рекламу. Благодаря этому возникла новая волна интереса к внедрению в массовое сознание содержания и образов брэндов: это значило нечто большее, чем просто несколько рекламных щитов и видеороликов на телевидении. Это означало, что надо активно "светиться" в качестве спонсора, находить новые области, в которых можно было бы провести расширение брэнда, а также постоянно "держать нос по ветру", прощупывая "веяния времени", чтобы быть уверенным, что образ, выбранный для брэнда, кармически резонировал бы с вашей целевой аудиторией. По причинам, к которым мы вернемся в конце этой главы, радикальный сдвиг в философии бизнеса привел товаропроизводителей в состояние голодного безумия, когда они жадно прощупывали культурный ландшафт цивилизации в поисках чистого воздуха, который мог бы вдохнуть жизнь в их брэнды. Очень скоро в цивилизованном мире не осталось практически ничего, на чем не было бы ярлычка и что не носило бы на себе печати брэндов. И этот трюк действительно впечатляет, если учесть, что еще совсем недавно, в 1993 году, на Уолл-стрит было объявлено о смерти брэндов и брэндинга: "хороший брэнд — мертвый брэнд".

Смерть брэндов (слухи которые оказались сильно

преувеличенными)

В эволюции брэндов был один ужасный эпизод, когда им, казалось, грозило полное вымирание. Чтобы лучше понять причины этого “касания смерти”, мы, прежде всего, должны признать, что в рекламном мире действует свой собственный, особый закон гравитации, который гласит: если вы не будете постоянно подниматься вверх, вы очень скоро с грохотом упадете вниз.

Из года в год мир бизнеса стремится к новым высотам, рапортуя о новых рекордных цифрах расходов на рекламу и о новых рецептах и технологиях достучаться до умов и сердец потребителей. Корпорации перекрывают рекорды прошлых лет и планируют сделать то же самое в следующем году. Астрономические цифры темпов роста индустрии рекламы ярко иллюстрируются показателями суммарных расходов на рекламу в США, которые неуклонно растут и достигли в 1998 году 196,5 миллиардов долларов, в то время как в мировых масштабах расходы на рекламу оце-



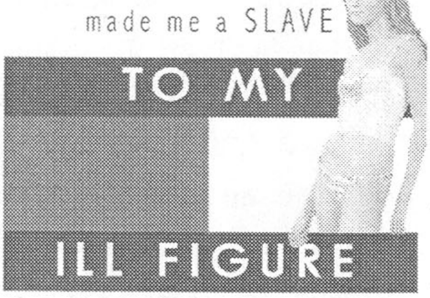
нивались в том же году в 435 миллиардов долларов. Согласно докладу комиссии ООН по развитию человека, темпы роста расходов на рекламу в мировом масштабе “в настоящее время превышают темпы роста мировой экономики на одну треть”.

Эта тенденция — побочный продукт твердой веры в то, что брэндам, чтобы остаться на плаву, необходима непрерывная и постоянно растущая в объемах рекламная поддержка. Так замыкается порочный круг: чем больше вокруг рекламы (а ее всегда будет все больше и больше, исходя из этой закономерности), тем агрессивнее брэнды должны вести себя на рынке, чтобы выжить в конкурентной борьбе. И, конечно, никто так остро не осознает важности тотальной рекламной поддержки, как сами рекламодатели, которые воспринимают обостряющуюся конкуренцию как вызов собственному благополучию, как призыв наращивать объемы рекламы, делая ее все более навязчивой и агрессивной. В условиях жестокой конкуренции, утверждают рекламные агентства, клиенты просто обязаны тратить все больше и больше средств, чтобы быть уверенными, что их визги и крики звучат так громко, что их слышно на фоне всеобщего шума. Дэвид Любарс, директор по рекламе компании Omnicom Group, объясняет руководящий принцип рекламного бизнеса с большей прямотой, чем многие его коллеги. Потребители, говорит он, “как тараканы — ты травишь и травишь их, а через некоторое время они получают иммунитет и становятся невосприимчивыми к твоим средствам”.

Итак, если потребители похожи на тараканов, значит, маркетологи обречены изобретать все новые и новые рецепты

для приготовления убийственных приманок вроде Raid в промышленных масштабах. И даже если речь идет о таком сравнительно простом и прямолинейном методе, как спонсорская реклама, маркетологи 90-х и здесь уже испытывают серьезные трудности в разработке хитрых и изощренных рекламных трюков. Вот последние новшества в этой области: производители джина Gordon's экспериментируют с ароматизаторами, наполняя залы британских кинотеатров запахом можжевельника; маркетологи Calvin Klein приклеивают полоски-пробники с ароматом СК Be на театральные билеты, а в некоторых скандинавских странах вы можете “бесплатно” звонить в зарубежные страны, если согласитесь прослушивать рекламные объявления, которые периодически прерывают ваш разговор.

Дальше — больше, реклама выходит на широкие просторы общественного ландшафта и внедряется в мельчайшие его детали: наклейки на фруктах с рекламой телесериалов, рекламные плакаты джинсов Levi's в общественных туалетах, логотипы крупных компаний на обертках конфет, реклама новых альбомов звезд поп-музыки на упаковочных пакетах и видеоролики с рекламой кинофильмов, проецирующиеся прямо на тротуары под ноги пешеходам. Есть еще реклама на скамейках в городских парках, на каталожных карточках в публичных библиотеках, а в декабре 1998-го NASA объявило о планах размещать рекламу на борту международной космической станции. Компания Pepsi еще не осуществила угрозы разместить свой гигантских размеров логотип на поверхности Луны, но ведущий производитель игрушек компания Mattel уже раскрасила целую улицу в городе Сэлфорд, Великобритания, пронзительно яркими оттенками розового— дома, балконы, деревья, тротуары, мостовая, бездомные собаки и автомобили, выкрашенные в розовый цвет, стали участниками грандиозного праздника “Розовый месяц Барби”, транслировавшегося по телевидению. Пример Барби — только одна маленькая часть быстрорастущего вида услуг под названием “эмпирические коммуникации”, “коммуникации посредством передачи новых впечатлений или нового жизненного опыта” (experiential communication), объем рынка которых оценивается в 30 миллиардов долларов.



Термин “эмпирические коммуникации” используется в наше время для обозначения театральных постановок и прочих событий, срежиссированных крупными корпорациями с целью привлечения внимания к себе и своим брэндам.

(Продолжение следует)

СМЕХОТЕРАПИЯ.

Давно хотел написать об этом статью, да все руки не из того места росли. Итак, начнем-с!

История: основы смехотерапии были заложены в 70-х годах в США, когда американский журналист Норман Казинс экспериментировал над собой, просматривая в течение нескольких месяцев комедийные фильмы. Избавившись таким образом от тяжелой болезни костей, он вошел в историю как “человек, рассмешивший смерть”. “Супердоза витамина С, супердоза смеха” - так определяют ученые счастливо оправдавший себя метод лечения Казинса. Впоследствии он организовал при университете в Лос-Анджелесе кафедру изучения проблем смеха и лечения им пациентов. Ныне в США число специалистов-смехотерапевтов превышает 600. Индийский врач Мадан Катария также лечит при помощи смехотерапии. Уже шесть лет он выводит своих пациентов на берег моря в Бомбее, где они “совместно хохочут”. Группы смехотерапии в последнее время получают все большее распространение в мире. И не только в Индии и США: в Германии, например, их насчитывается около 30, а во всем мире - порядка400. Например, уже десяток лет “семинары по юмору” с руководящим составом известных фирм и даже с командованием ВВС США проводит 49-летний актер и телевизионный сценарист Чарльз Меткаф.

Изучая “последствия” смеха, ученый из Мэрилендского университета (США) Майкл Миллер провел опрос 150 человек, перенесших коронарное шунтирование или инфаркт и 150 здоровых людей. Вопросы касались проливания кофе, наступания на ногу и прочих относительно неприятных ситуаций. Большинство “сердечников” реагировали на такие ситуации угрюмо или враждебно, а здоровые - чаще с юмором. Этот опрос вкупе с рядом более физиологичных исследований позволили Миллеру сделал вывод, что злоба, стресс вызывают нарушение эндотелия - защитной внутренней оболочки кровеносных сосудов, что приводит к накоплению холестерина на стенках коронарных артерий и в конечном счете к инфаркту и ишемии. Выступив на конференции Американской кардиологической ассоциации, ученый на полном серьезе призвал коллег прописывать сердечникам “смехотерапию”. Известный американский доктор-клоун Пэтч Адамс получил медаль “За выдающиеся заслуги в целительстве”. Более 10 лет клоун и врач ездит по разным странам и смешит тяжелобольных детей. Он убежден — хорошее настроение исцеляет лучше любых лекарств. Дипломированный врач носит нелепые панталоны, носки разного цвета, накладной красный нос. Его лечение смехом действительно работает — после визитов Пэтча Адамса у многих маленьких пациентов улучшаются анализы, и появляется надежда на выздоровление. Вероятно, именно на этих событиях основывается фильм «Доктор Адамс», но о нем попозже. Польза: по эффективности смех можно сравнить разве что с хорошей аэробной нагрузкой: он «задействует» 80 групп мышц. Движутся плечи, сотрясается грудная клетка, вибрирует диафрагма.

Мышцы шеи и спины расслабляются, а мышцы лица растягиваются, что, кстати, снимает некоторые виды головной боли. Как и при занятиях физическими упражнениями, в процессе смеха незначительно повышается кровяное давление, учащается сердцебиение, снижается уровень холестерина. Оптимизируется дыхание, что резко улучшает кровоснабжение органов и тканей. Автоматически улучшаются и самочувствие человека, и его настроение.

Кроме того, смех стимулирует деятельность иммунной и нервной системы, успокаивает боль, снимает стресс и нормализует работу кишечника. Некоторые специалисты уверяют, что конечный эффект смеха примерно равен эффекту йоговской дыхательной гимнастики. Ведь мы не зря радуемся, когда захворавшие люди начинают веселиться, - смех реально увеличивает сопротивление недугу. И этому имеется вполне материальное объяснение: хохот активизирует выработку лимфоцитов (клеток, борющихся с инфекцией) и эндорфинов (веществ, блокирующих боль).

Прежде всего, знайте: чувство юмора и способность смеяться — это не одно и то же. Центр, отвечающий за наше умение веселить окружающих, расположен в ëîáíîé äîëå левого полушария головного мозга и связан с центром речи. А вот смех — это один из механизмов адаптации человека к среде обитания. Его считают показателем душевного и физического здоровья. Поэтому, если в неспособности шутить нет ничего страшного, то неспособность смеяться вместе со всеми — тревожный признак, говорящий о пребывании в состоянии хронического стресса.

Мнение: а теперь расскажу Вам о фильме «Доктор Адамс» (в главной роли с Робином Уильямсом; не путайте с певцом). Главный герой этого фильма, довольно-таки зрелого возраста человек, поступает в медуниверситет. Сидеть за учебниками его не особо прельщало, больше нравилось ходить на практику в больницу. Но на первом курсе такое случалось редко, в отличие от пятого. Так как внешние данные ему позволяли, то, надевая белый халат, он посещал со студентами старших курсов больничные учреждения и заметил там такую особенность: с больными, особенно с теми, кто был болен смертельно, обращались как с мебелью или вообще никак не обращались. И Адамс решил исправить эту проблему. Наряжаясь клоуном, он ходил к пациентам, чтобы развеселить, поддержать их, даже просто пообщаться. Вскоре обо всем разузнали преподы и выгнали его из универа. Не долго думая, Адамс покупает загородный дом и создает коммуну для этих же и тому подобных больных, с целью, чтобы эти люди могли прожить свои последние, а может быть и нет, дни полно и ярко.

В конце фильма нас ждет хеппи-энд со всеми вытекающими последствиями (героя восстановили в универ, он получил диплом, жизнь, конечно же, наладилась).

К чему я это все? Да к тому, что, выйдя на улицу, видишь одни унылые лица, слишком уж люди пессимистичны, погружены в себя, не слышат и не замечают друг друга. Эй, оглянитесь вокруг!!! Давайте дружить, дарить друг другу радость, хорошее настроение, общение (по-моему, это единственная ценная вещь, которая осталась у нас; хотите, чтобы и это у вас отняли?),давайте смеяться, улыбаться, хохотать всем

ИМ назло. Авось из этого что-нибудь получиться!!!

Ерш

ДВАДЦАТИЛЕТНИЙ ХИППИ

Очень современная баллада

Ищут военные, ищет милиция,
Все участковые нашей столицы
Ищут давно, но не могут найти
Хиппи какого-то лет двадцати.
Среднего роста, с большими хайрами
Он по столице тусует дворами,
Спит у знакомых и в парадничках,
Фенечек гроздь у него на руках.
Каждую пятницу – верьте не верьте
Он сейшенит в переходах на флейте.
Ксивник висит на груди у него
Больше не знают о нем ничего.

Ехал однажды в казенном авто
Прапорщик важный – неведомо кто.
Ехал весною из военкомата,
Песенку пел из нехитрого мата.
Возле него на сидении справа
Ехали также в порядке устава:
Пять рядовых на действительной службе
Три автоматчика, просто по дружбе,
Два понятых с бородой и в усах
И участковый в семейных трусах.

Вот подьезжают, поправив фуражки,
К входу обшарпанной многоэтажки
Точно по графику – восемь утра.
Всем отстегнуться, на выход пора!
Вышли тихонько, упали – отжалась,
Быстро на первый-второй рассчитались
И, сохраняя порядок и строй,
Дружно наверх побежали гурьбой.
Третий этаж и четвертый и пятый –
Лифт вызывать не умеют ребята –
Номер квартиры похож, и теперь
Прапорщик тихо колотится в дверь.

Там, в глубине, в самом дальнем углу
Хиппи спокойно дремал на полу.
Снилось ему, что он курит кальян
Где-то в стране земляничных полян,
Рядом лежат бутерброды и плюшки,
Бегают в праздничных кл шах терлушки.
Только сквозь сон ему слышится вдруг
Возле двери подозрительный стук.

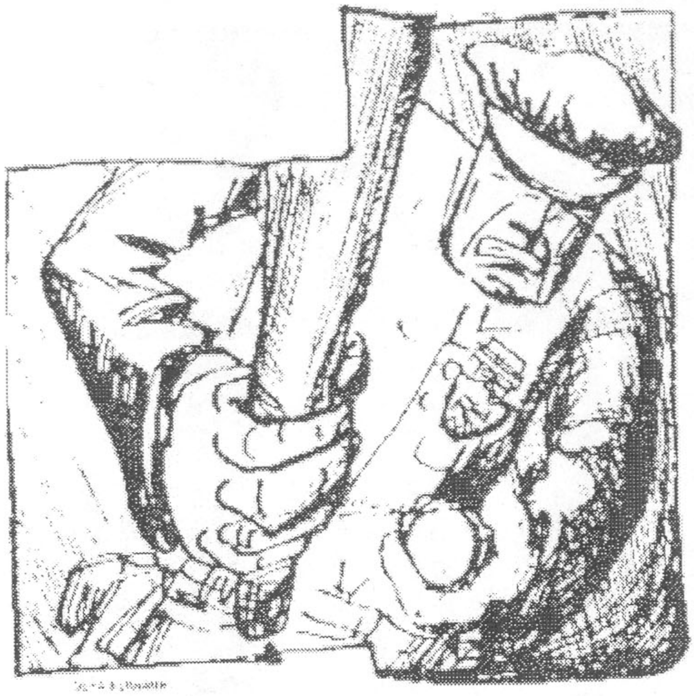
Хиппи нашарил рубашку свою
И по-английски спросил: Ху а ю?
Слышит в ответ: Не ругайся братва!
Мы настоящие хиппи, раз-два,
Мы автостопом приехали тут,
Ты уж впусти нас на пару минут.
Сами живем мы отсюда не близко,
Слышишь? Поехали, кл вая вписка –
Вс на халяву – прикид и жратва.
Можем вписать тебя года на два.

Хиппи сказал: очень стр мно, ребята,
Ходят тут часто из военкомата,
Так и гляди, что вояки придут
Вместе со мною и вас заметут.
Это, пиплы, никуда не годится,
Можно на этом флэту засветиться,
Лучше давайте забь м мы стрелу
Около Элвиса в полдень в углу.

Прапорщик чешет затылок в сомненьях,
Три автоматчика в недоуменье,
Все совещаются между собой
И участковый тряс т головой:
Это, товарищ, для нас неизвестно –
Что там за Элвис и где это место?
Что за стрела? Не пойм м мы никак
Это наверно какой-то кабак?

Нет! – отвечает им хиппи, – тусовка.
Что, прапорюги, не вышла уловка?
Каждый нормальный хиппарь без ля-ля
Знает где Элвис и где Гоголя!

Прапорщик всем оглашает приказ:
Быстренько дверь вышибайте на раз
Быстро построились! Вместе со мной
Все разбежались – вперед головой.



Кинув в карман свою флейту и ложку,
Бросился хиппи скорее к окошку,
Вылез наружу на узкий карниз,
Крепко держась, чтоб не сверзиться вниз.
Слышно как дверь от ударов трясется,
Хиппи вперед по карнизу несется,
Шаг – остановка, и вот уже он
Вылез почти на соседский балкон.

Вот уже рухнула дверь от тарана,
Три автоматчика, как партизаны,
Ринулись внутрь. За ними вослед
Прапорщик мчится, достав пистолет.
Пять рядовых возле двери в засаде,
Два понятых – как прохожие дяди,
И участковый в семейных трусах
Весь затаился с испугом в глазах.

Видели бабки, сидящие снизу –
Что–то лохматое шло по карнизу
Вот и балкон и труба впереди –
Это еще половина пути.
Фенька порвалась, запутался хаер
Хиппи ползет еле слышно вздыхая,
Майку и куртку испачкав себе,
Вниз по кривой водосточной трубе.

Блин! – говорят автоматчики дружно,
Тут уклонившихся не обнаружено.
Вс осмотрели, и даже клозет –
Кроме бычков, уклонившихся нет!

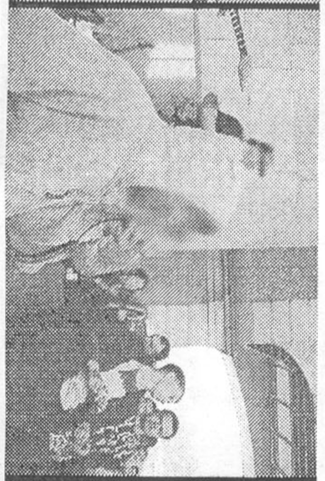
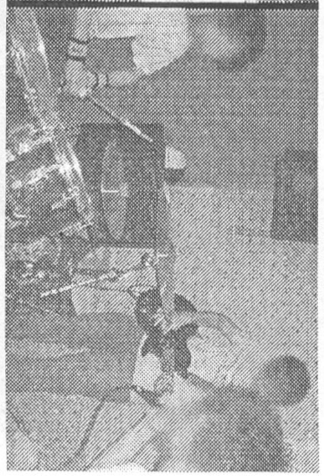
Прапорщик снова обходит три раза
Смотрит под ванной и под унитазом,
Кроме плаката "Киркоров – маздай"
Нет никого, хоть погоны кусай!

Вот он печально подходит к окошку,
Плюнул туда, матюгнулся немножко,
Вдруг замечает – хрена же себе –
Хиппи спускается вниз по трубе!
Видели люди как в многоэтажке
Кто–то махал кулаком и фуражкой
Кто–то глядел с бородой и в усах,
Кто–то маячил в семейных трусах.

Лесницы под сапогами трясутся –
Люди с восьмого на первый несутся,
Только догнать никого не смогли –
Хиппи пока что дополз до земли.
Ни потеряв не единой минутки,
Парень застопил четыре попутки,
В трех оказался полнейший облом,
А на четв ртой исчез за углом.

Ищут военные, ищет милиция,
Все участковые нашей столицы
Ищут давно, но не могут найти
Хиппи какого–то лет двадцати.
Многие парни с большими хайрами,
Многие в феньках гуляют дворами,
Ксивник и кл ши у многих ребят.
В армии, гады, служить не хотят.

Angel

ПРОВЕРОЧНАЯ ЛИНЕЙКА

1. При! в общем поговорим о духовном... что знаешь о корнее чуковском?? Расскажи кратко его биографию там.. :)) и чего-нть...

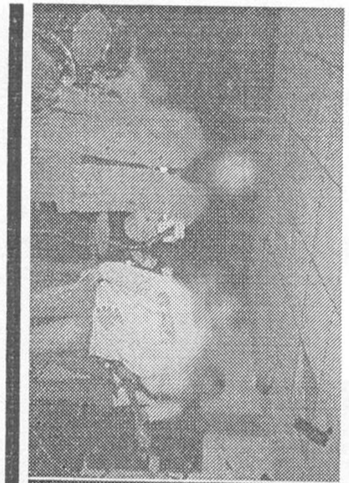
Пит: Ващемта, он был пацаном из неблагополучной одесской семьи, все его посылали на-болт, он плохо учился, аморально вел себя в школе, шлялся где попало. Его поперли из гимназии, но ему было уже пох, он стал рабочей молодежью, связался с леваками и совсем деградировал. Потом стал известным детским писателем, очень крутым и кошерным, счас таких нет. Сюрреалист с социальной тематикой и политическим подтекстом. Однозначный гений и арт-террорист.

2. Немного подурковались, а теперь серьезнее: так какое отношение имеет корней чуковский к группе проверочная линейка?? Как собрались вместе? В общем пред/история вашего бандформирования??...

Пит: Общего то, что я тоже довольно слабо учился в школе, не ходил на уроки, не готовил домашние задания, бухал и слушал Коррозию металла. Подобный настрой привел меня от национал-патриотизма к говно-левачеству, затем к антифа-хулиганизму, стрэйтэджерству. Это была довольно крутая тусовка, были офигенные парни, но их было мало и не было какого-то цельного движа, всех этих людей мало что объединяло. Общей была идея, что должна появиться группа, похуй какая, похуй, что играющая, но открыто провозглашающая определенные идеи и собирающая на своих говно-гигах определенных людей, чтобы они могли вместе провести угарно время. Постепенно начали находиться люди, умеющие играть на музыкальных инструментах, изначально все люди, игравшие в линейке во время ее основания, играли в других командах, то есть, Линейка была продюсерским проектом, направленным на определенную цель. Установка была играть похуй что, лишь бы идейно и поскорее сделать программу. В результате, Линейка несколько раз меняла свой состав, неизменными оставались во всех вариациях только вокалисты и басист (он же автор названия группы и большинства угарнейших мелодий), но программа была сделана в рекордные сроки, собственно, 5 песен за 3 репетиции где-то. и понеслось потом...

3. С чем в большей степени связано название группы: с песней американской панк\хардкор группы про личный выбор или с отделом канцтоваров в универмаге? И почему именно проверочная линейка?

Пит: Название придумал наш бас, оно крутое потому что сочетает в себе идейность и не пафосность. Плюс к тому, оно на русском, как и почти все тексты группы. Объявим бой чужеземным языкам в хардкоре! Хватит бессмысленных англоязычных штампов, больше славянофильских извращений!



4. Гастрономический вопрос..:) твой рецепт (можно фирменный) веганской (вегетарианской) хавки на food not bombs? Сколько нужно чего и как это приготовить чтобы накормить этак 50 человек? :)))

Пит: О, грамотно! Обычно наша группа готовит странный продукт:каше-суп или супо-кашу. веганский, простой, питательный. легкоусвояемый и вкусный. и дешевый, что важно, потому что “бомжи кормят бомжей”. Берется самая дешевая крупа - перловка или ячменная или пшеничная сечка. варится. Из расчета на 30-40 литров еды - 4-5 кило. Варится на медленном огне в ведре. В это время чистится 8-10 кило картофеля. режется на куски, тоже потом варится в ведре. Потом берется кило-другое лука и моркови, кромсается, трется, тушится в обилии масла. Потом возможна капуста, отвариваемая короткое время в кипятке. все это соединяется в баке, в котором мы транспортируем еду, размешивается, добавляются приправы типа вегетта, если не добавлена раньше, досаливается - к столу! В трудные времена, я часто подначивал ребят делать фнб почаще, потому что дико пользовался возможностью нормально пожрать нахаляву вместе с бомжами. В москве одна такая акция обычно обходится группе рублей в 450.

5. Отношение к тв? сми?Считаете ли справедливым выражение что, телевидение оружие массового поражения?

Пит: Конечно массового, вопрос, поражения кого. если ты смотришь тв – оно поражает тебя. а если ты показываешь себя по тв - ты, типа, поражаешь собой миллионы. по моему, надо дико паразитировать на всей той информационной сети, в которое хочет нас поймать общество. Надо засорять собой инет, срать в телеэкран, заглушать шумом радио, гадить, где возможно. вы бы регулярно видели меня в новостях, если бы не нежелание палится из определенных соображений в реалиях нашей страны.

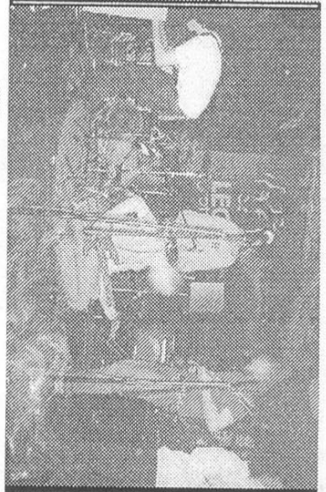
6. Почему sxe? Почему хардкор?

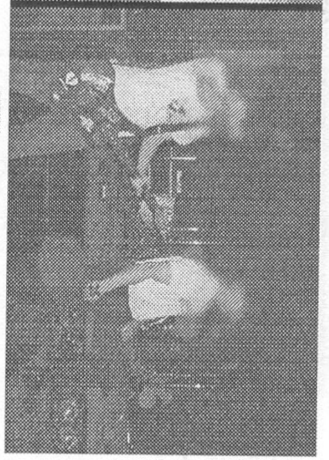
Пит: Это звучит банально, но из идейных соображений. Мне cXe реально сразу понравилось как идея, я читал интервью и статьи на разных сайтах и радовался, что вот есть пацаны, которые говорят То что надо, Так как надо. В реальности все оказалось не так просто, но пока более адекватного выражения своего отношения к миру окружающей действительности, чем cXe культура, я не нашел.

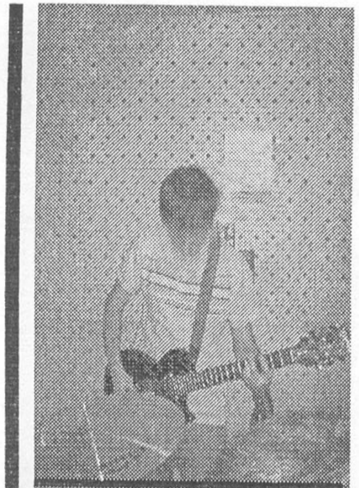
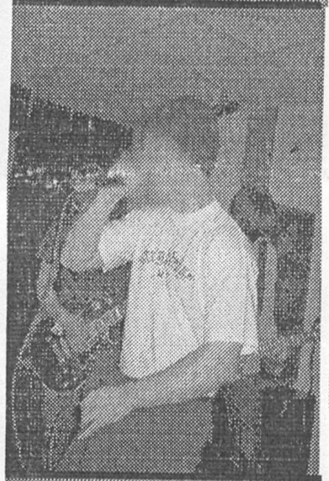
7. Есть ли разница между панком и хардкором? Существует ли разделение на панк и хардкор сцены? Это вопрос по истории хардкора?

Пит: Если да, то это долгая история, мне лень. Что бы там не говорил крэйг о хара, конечно, панк и хардкор это определенно не одно и то же, на практике. Не только в нашей стране, панк культура изначально, еще с момента ее возникновения и до сей поры это одно, а хардкор - нечто новое. Когда на западе даже (про нас и не говорю), продвинутый анархо панк клеится к панкам-настоящим панкам, они ему говорят: ты не наш, вали отсюда к своим хардкорщикам. Тут дело не в ирокезах, грязи или наркотиках, тут дело в психологии... реально, просто разные типы людей. сложно объяснить словами.

8. Вопрос номера..:) как обстоят дела в москве с концертами | группами | дистро |





зинами | и-прочими-формами-активности? Что случилось в московской панк-хк тусе, т.е ваш взгляд на причины нынешнего разделения (раскола)??

Пит: Никакого раскола уже нет. Это подтверждает то, что на модных инет форумах начали хвалить линейку. "У нее появилось новое звучание!" мы как делали песни за одну репу, так и будем делать, разве что стали быстрее, может, чуть улучшилось качество. Но это фигня, конечно. Концерты в москве практически все закрытые, оповещение только по своим. Я считаю, это дикий плюс, крутое сектанство и семейность – дух нашей культуры. Канцы проходят довольно часто, часто привозим диайвайные группы из других городов, часто сами ездим. в последнее время в москве появляется все больше новых молодых групп, поддерживающих позиции нашей семьи, теперь при организации концерта я могу выбирать не из двух групп, а из 10, к примеру. И во всех них наши ребята, все они реально имеют отношение к движу, а не просто так поиграть пришли. Это очень грамотно. Фигово, что мало приличных записей, почти их нет в нашей тусовке, но это исправимо и будет исправлено скоро. Дистро.. есть небольшие домашние дистро, их полно, но нормальных больших, что-то продвигающих целенаправленно - практически нет. Всех затмевает империя old school kids. зинов не очень много, в Москве на данный момент это ИМХО, Арматура, не дождемся, когда разродится 3 stages. фигово, надо, чтобы каждый школьник издавал свой зин на принтере!

9. Почему, на твой взгляд, так мало sxe слушают ска??

Пит: Не знаю. многие слушают, в принципе.

10. Вопрос из области онтологии: какое пиво лучше светлое или темное? :)))

Пит: Темное! В нем больше сухих веществ, оно вообще позже, ароматнее, больше на жратву похоже. очень котируется. нет безалкогольных темных пив...

11. Скажи что-нть стояще....

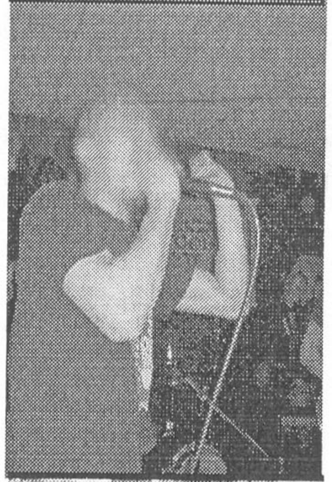
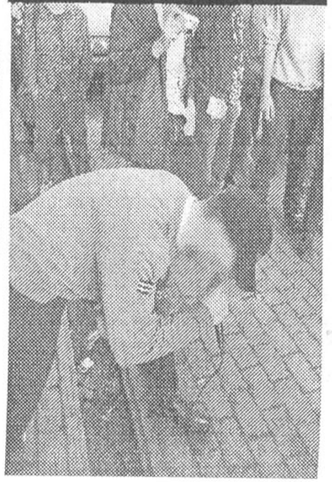
Пит: Занимайтесь джиу-джицу, это будет достойным завершением вашей подготовки к стритфайтингу. Очень грамотная техника, много остроумных очень эффективных приемов, приводящих к необратимым последствиям.

12. Немного о себе. Чем занимаются участники группы? Интересы | хобби | учеба-работа и т.д...

Пит: Я учусь и обычно работаю по паре месяцев на разных низкооплачивае-мых черных работах. второй вокалист -научный сотрудник, бас - студент и спортсмен, гитарист - студент и романтик-халявщик. барабанщик окончил кулинарный техникум и подрабатывает официантом.

13. Выскажи свое мнение по поводу нынешнего положения в российском обществе...

Пит: Люди мало думают о душе, мало думают о том, что все не вечно. Сенека сказал: какой смысл дорожить собственной жизнью, когда вокруг столько людей, которые ей не дорожат? Нельзя легализовывать оружие, твой пьяный сосед успеет выстрелить первым. К политике отношусь фигово, на мой взгляд, многие идут в нее за морально-этическим экстазом (я имею ввиду пацанов нашего возраста, а не нормальных яппи-политиков), в то время, как есть много способов получить этот экстаз другими, более эффективными и

беспалевными средствами. Ребята просто лишний раз палятся и подставляют свои жопы для чьей-то разумной игры. Врут все.

14. Когда ждать нового номера имхо?? Обновления на www.sxe.ru? Полноформатного альбома?

Пит: Он уже вышел. см на сайте. Обновляться будут и впредь только новости (зато новости на сайте радуют меня как ничто!) полноформатный альбом выйдет скоро, даже два.

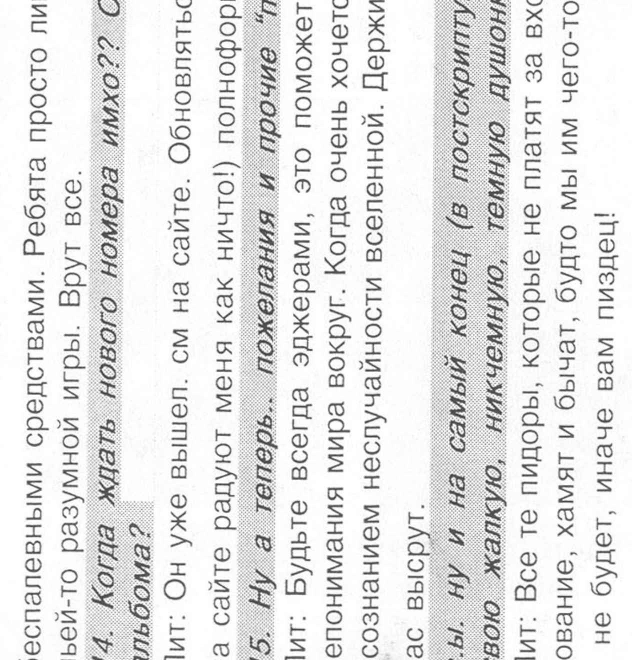
15. Ну а теперь.. пожелания и прочие "пару-слов-в-конце-интервью"...

Пит: Будьте всегда эджерами, это поможет в жизни, это реальный путь света во мраке непонимания мира вокруг. Когда очень хочется выжрать, а ты не пьешь - лично я проникаюсь осознанием неслучайности вселенной. Держитесь друг за друга, работайте и готовьтесь, что вас высрут.

з.ы. ну и на самый конец (в постскриптум так сказать) обматери кого-нть... раскрой свою жалкую, никчемную, темную душонку...:)))

Пит: Все те пидоры, которые не платят за вход на диайвай сейшены, портят наше же оборудование, хамят и бычат, будто мы им чего-то должны, вас как не было в нашей тусовке, так и не будет, иначе вам пиздец!

Интервью: Псіх



Простые Слова

Сердце кричит – никто не услышит,
В горло впиваются осколки фраз,
Язык в огне, пламенем дышишь,
Провозглашая потерянный рай.
Но тебе в ответ лишь непонимание,
Матовый блеск потухших глазниц,
Твоя болтовня и твои мечтания
Больше не действуют на них.

Давно пора задаться вопросом,
Должна заработать твоя голова,
Чтобы просто продолжить завтра
бороться,
Ты должен найти простые слова!

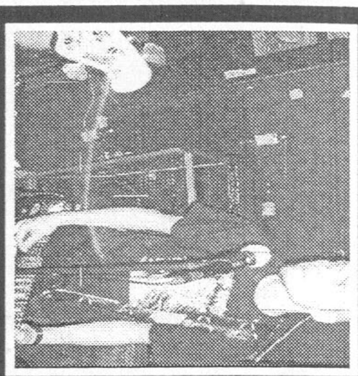
Что-то случилось и мир изменился,
Стали пустыми старые речи,
Стали идеи на месте кружиться,
А заменить их практически нечем.
Разрывай свое сознание криком,
Наполни свой голос шумом правды,
Раздай свое сердце детям,
Это дорогой подарок!

Алкоголь - убийца мечты.

Сережа всегда стоял во фронтлайне,
Теперь он лежит бухой на диване,
Леша спасал из клеток зверей,
Теперь он бьет жену каждый день,
Толик мутил подпольные сквоты,
Теперь с мужиками пьет на работе,
Насколько крутым окажешься ты?
Алкоголь - убийца мечты!

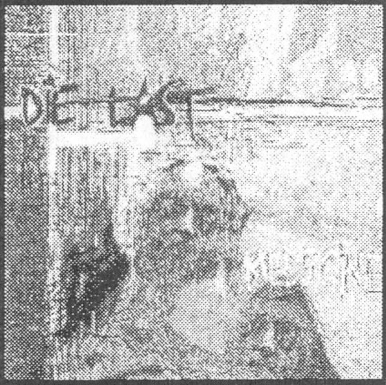
Костя писал социальные песни,
Теперь пропивает последние деньги,
Миша в больницы сдавал свою кровь
Теперь он только смотрит футбол,
Петя хотел в эколагере жить,
Теперь он на все болт положил,
Насколько крутым окажешься ты?
Алкоголь - убийца мечты!

dieLast



1. При! Начнем с самого банального: короткая история группы (когда всё началось)? Кто и на чем играет в группе? Где уже успели сыграть? Что записали?

При :) группа образовалась в 1998 году, в принципе всегда играли одним и тем же составом, то есть: kantor – вокал; siwy – бас; bizon – гитара; ну и я.. adam – гитара. Записали уже две вещи: кассету «marzenia zdesperowanych romantykow» и диск «medecine» скоро запишем 3 альбом. Выступаем редко, и и до этого времени кроме концертов в польше удалось нам выступить в Беларуси. ;)



2. Почему именно dielast? Связано ли это с выражением «hope dies last»?

Нет, это не имеет ничего общего с «hope dies last». Наше название из немецкого языка и обозначает «тяжесть\груз» :)

3. Как сами называете стиль играемой вами музыки?

Хммм более нам подходит emo core, но в принципе не имеет это большого значения.

4. Не так давно вы были в Беларуси с концертами- что можете сказать по этому поводу?? :)

Концертов в Беларуси мы сыграли два. Один в Гродно и один в Минске. Было по–настоящему супер. прекрасная атмосфера, супер люди- что тут много говорить- жутко нам понравилось-

5. На сколько я знаю, большинство участников группы вегетарианцы или веганы? Почему вы решили отказаться от мяса и т.д.?? как долго это с вами? :)

Знаешь, я могу говорить только за себя. Не ем мяса потому что не терплю несправедливости, причинения вреда другим. Не знаю, не понимаю как люди могут акцентировать то, каким путем «появляется» их еда, считать все это как нормальное натуральное явление. Ну мяса не ем 12 лет, и знаю что никогда не смою с себя той крови которую пролили для меня-

6. Какие группы\собятия\личности повлияли на вас? На ваши взгляды? На вашу музыку?

Все в dielast разные, каждый доходил к своему мировоззрению другой дорогой. Наши взгляды формировались благодаря людям с которыми мы познакомились\знакомимся, благодаря тому что мы читаем\видим. если говорить о музыкальных предпочтениях- хммм тяжело сказать. Вкусы меняются, и влияние групп меняется, но наверное важной группой были leatherface.

7. Читаете ли книги? Какие фильмы смотрите с удовольствием?

Читаем книги и смотрим фильмыJ и можно сказать что разного качества. Все также зависит от настроения. Лично я наиболее люблю исторические книги, биографии, а если говорить о фильмах то наиболее такие где показывается простая, человеческая жизнь.

8. Сколько в группе sXe? Как долго это у вас? Что для вас значит sXe?

В группе 3 стрэйтэджера. Спрашиваешь как долго мы в теме? Это не имеет большого значения, но я скажу, что долго:). Быть sXe это значит самоконтроль и борьба с жизнью в трезвом уме.

9. Чем зарабатываете на жизнь?

Каждый из нас работает. Каждый на своей работе. Вот и все-

10. Принимаете ли вы участие в каких либо инициативах ну допустим (food not bombs\animal liberation front\critical mass и т.д. ?

Да. Некоторые из нас принимают участие в таких акциях. Но не буду говорить об этом подробно, я считаю, что это личное дело каждого и хвалиться этим нет нужды.

11. Ваше отношение к политике? Вообще вы считаете себя участниками какого либо политического движения?

Знаешь- Каждый из нас имеет свое мнение на эту тему- Но уверенно могу сказать что в группе черно – красные настроения. И еще Die Last антикапиталистическая группа.

12. pro-life или pro-choice??? Ваш взгляд на это?

На самом деле это не такой лёгкий вопрос чтобы ответить на него однозначно в двух строчках. Мы не являемся ни pro-life, ни pro-choice. Каждая ситуация нуждается в разном решении, поэтому каждый человек должен сам понять и оценить то во что он попал.

13. Может ли один человек существенно изменить что-либо?

Ты можешь изменить свой круг общения, можешь изменить среду обитания, искать людей с которыми будешь чувствовать себя хорошо. Для одних эти вещи ничто, для других это все. Пока мы боремся мы живем!

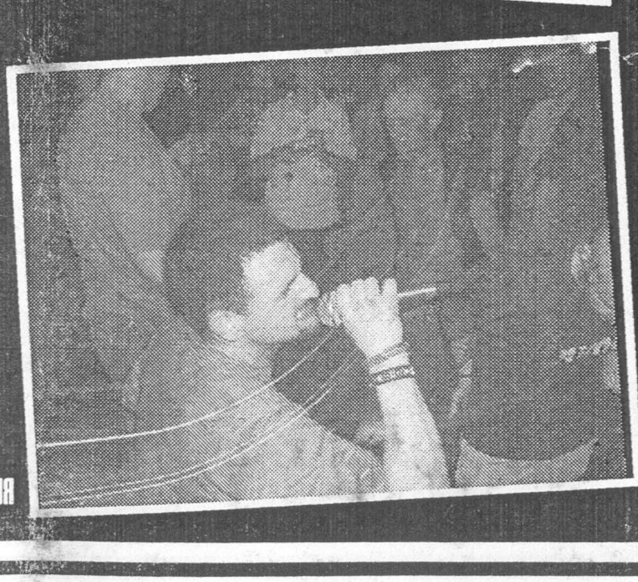
dielast@poczta.onet.pl

14. Что собираетесь делать в ближайшее будущее?

Знаешь- Нет смысла строить больших планов, что будет то будет. Если же речь идет о группе, то естественно хотим быстрее закончить работу над третьим альбомом. Так же надеемся, что он выйдет и на территории Беларуси.

15. Надеюсь, что я вас не замучил своими вопросами-:) ну и пару слов на последок.

Ну, на самом деле было не так уж плохо. Спасибо за проявленный интерес к нашей группе, огромное спасибо за тот теплый прием в Беларуси. Мы очень надеемся посетить вас еще не раз.



die last

вопросы Псіха
перевод Псіх, Боря

R.D.S.

Задавал вопросы Эдик

Ну короче, привет!
Вот вопросы:

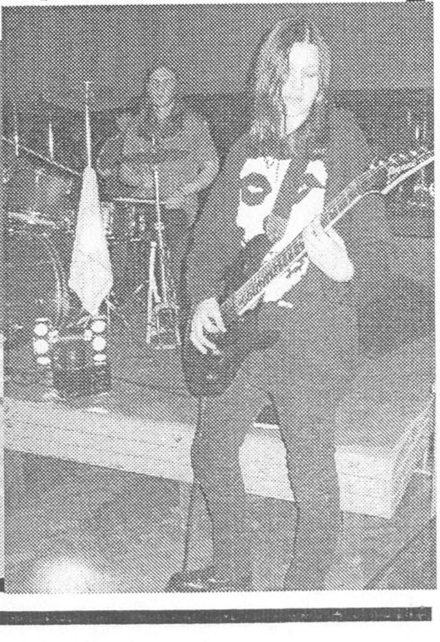
1. Стандартное начало, расскажите об участниках группы и о ее истории.

С.: Нас четверо, на барабанах Миша (Скрипач), на басу Паша (Паштет), гитара Вика (Ramona), гитара-вокал Саня (Ramone). Началось все очень банально. Захотели играть еще в 99, но первый состав собрался осенью 2002. Позже состав часто менялся. Миша присоединился в мае 2005, а Паша в августе того же года.

2. На сколько я знаю R.D.S. расшифровывается как ранняя диагностика суицида, почему именно такое название?

С.: Название R.D.S. придумал наш первый барабанщик, и именно так оно расшифровывалось, но остальные участники, в том числе и я, решили оставить название без расшифровывания, но писать как аббревиатуру R.D.S. Зачем расшифровывать название, если любой может сделать по своему усмотрению.
П.: А я вообще не в теме, я пришел только в августе.

3. Чем занимаетесь по жизни?



С.: Я типа работаю в местном дворце творчества детей и молодежи, коллекционирую ужасы и постоянно просвещаюсь в истории Панк-рока (уже сем лет).
П.: Учусь в колледже хим. пром. И собираю порно фильмы.

В.: Учусь музпедколледже. Просвещаюсь вместе с мужем (Шуриком) в истории Панк-рока.
М.: Я учусь в политех. Колледже и работаю на стройке.

4. Какие банды повлияли, на какие ориентируетесь?

С.: Ну в первую очередь Ласкоый май (шутка). На самом деле я слушаю очень много групп приемущественно 70-х 80-ых годов. Могу выделить конкретно: UK-punk — Sex Pistols, The Boys, The Clash, Buzzcocks, USA-punk — Ramones, Misfits, Queers, Donnas. И мн. др. А ориентируемся на Нью-Йорскую сцену 70-ых.
П.: Слушаю много чего. Проще написать по стилям: punk, grunge, ska, hc(old-school).
В.: А мне кроме всего перечисленного нравятся польский punk, еще музыка Riot Grrrls.

М.: Вообще мы слушаем почти одно и тоже, а помимо перечисленного ранее — мне нравится Vibrators, Vice Squad, Black Flag, Minor Threat, Bad Brains.

5. Как часто лабаете?

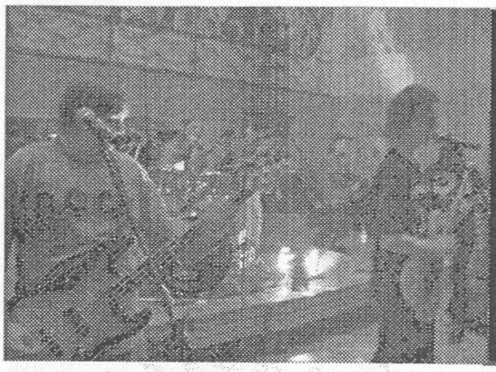
С.: Каждую неделю на репетициях (ха-ха-ха). Если серьезно, то в Гродно большой напряг с концертами, а на выезд никто не зовет, да и вообще, в Гродно и других городах мелодичный Панк не очень то и нужен.

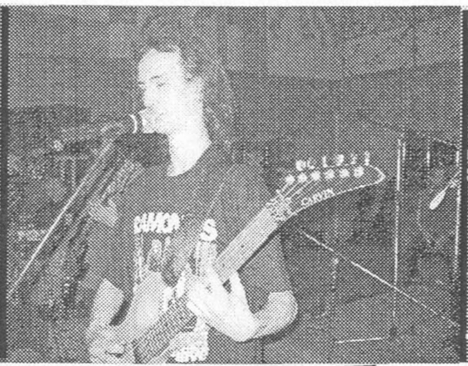
6. Кроме Гродно РДС играли где-нибудь?

С.: Кроме пары гродненских концертов — нигде.

7. Отношение к DIY?

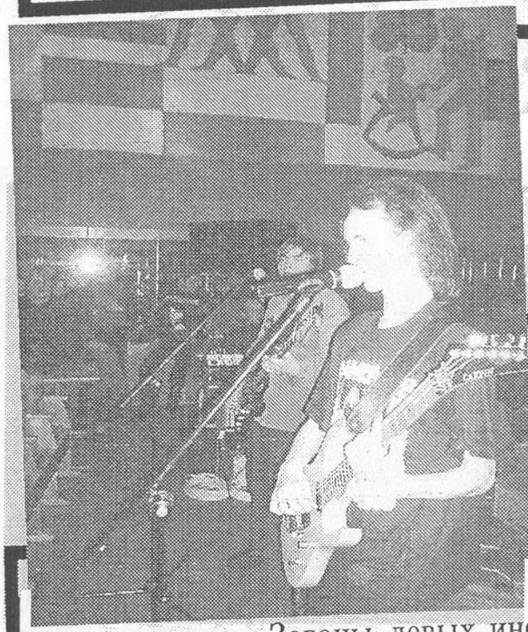
С.: К западному DIY только положительное, а то что у нас — это пародия. Я все понимаю, плохие экономические условия, но многие делают все принципиально некачественно (ксерокс, домашнее копирование записей и т.п.). Вот пример на группе R.D.S.:в 2003 мы записали демоальбом сделали цветную глянцевую обложку, выписали тираж кассет (естественно не на магнитофоне), после чего нас многие начали называть мажорами. Чтобы никого необидеть и ни на ко-





го не наехать, я на этом закончу.
П.: Запись на магнитофон с точки — это не DIY.
В.: Полностью солидарна с предыдущими ораторами.
М.: Я промолчу.

8. DIY в Гродно на ваш взгляд, развивается или нет?

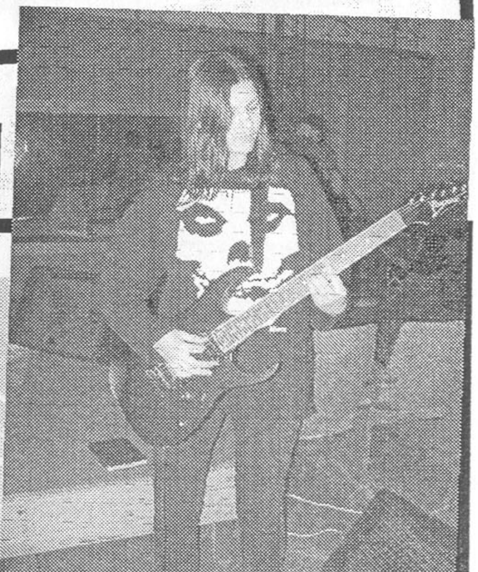


С.: На DIY в Гродно я вообще не смотрю, но лейбл под которым мы выходили единственно правильный и делающий все по западной DIY-культуре, хотя этот лэйбл тоже мешают с дерьмом (мажорно).
П.: Пару зинов выпускают, ноDIY-ем особо никто не загоняется.

9. Есть ли полит. убеждения у участников группы?

С.: Лично я политикой не загоняюсь в принципе. Загоны левых иногда бесят, правые больные люди, так что я аполитичен.
П.: А он уже все сказал.
М.: Наши полит. убеждения — играть музыку, а заниматься политикой нам не катит. И вообще, мы R.D.S., а не Deviation!!!
В,: Загоняться чем-то связанным с политикой — глупо, а если хочется — то лучше вступать в полит. партии, а не мешать политику с музыкой.

10. Отношение к аполитичному панку?



С.: Смотря кого считать аполитичными панками: если а.п. те, кто и не левые и не правые, но тусуют и с теми и с другими, то это тупо, это не аполитичность. Я знаю людей, которые утверждают ,что они аполитичные, но всячески лезут в политику. Меня интересует только музыка, поэтому я ни в какую политику не клонюсь.
П.: К аполитичности нормальное отношение. Срать на власть
М.: Да я, в принципе, нигилист.

13-14 ЯНВАРЯ БРЕСТ – ГРОДНО – МИНСК - БРЕСТ

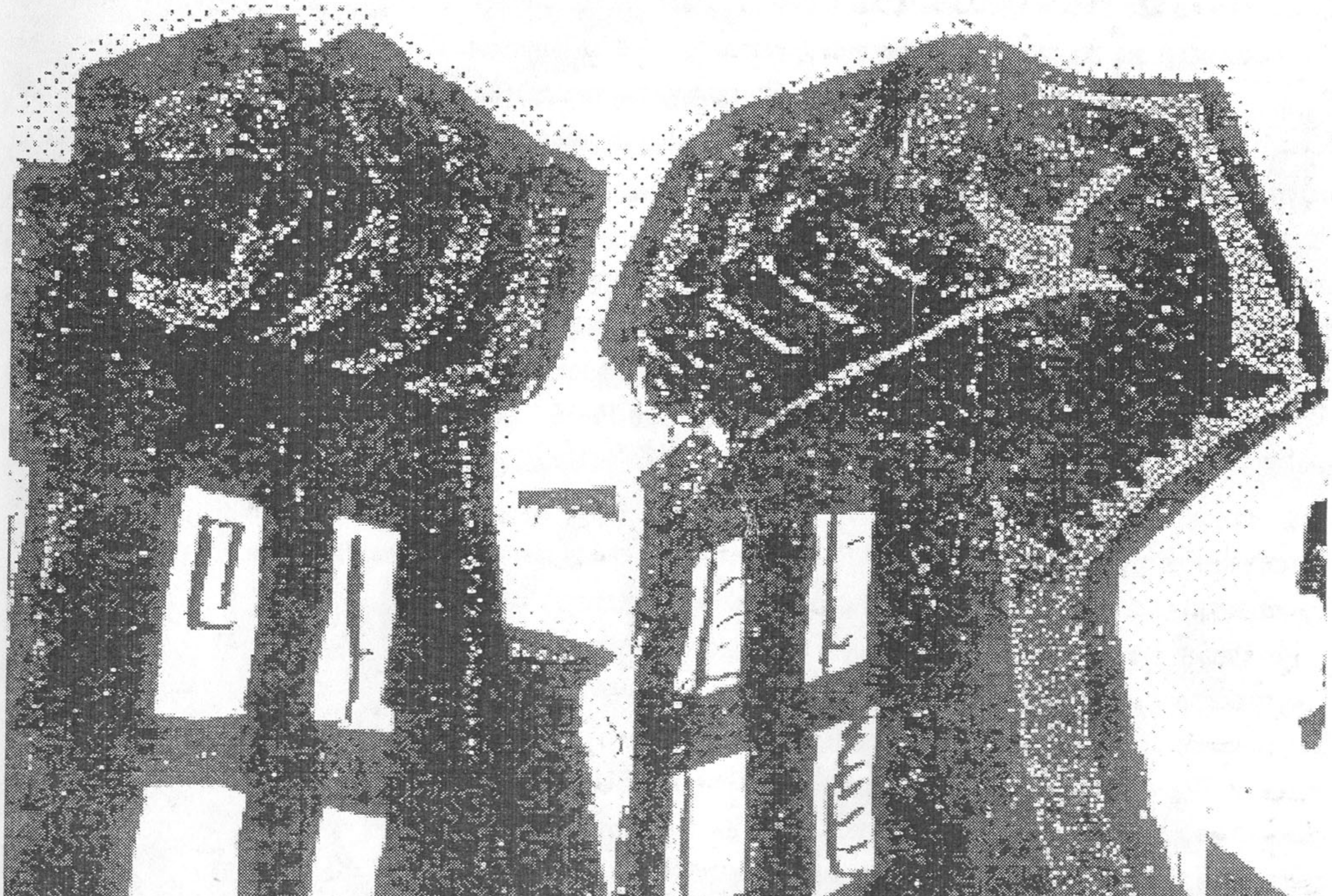
Хе–хе.. вот как и год назад я вновь на стопе в гродно,, вновь холодно,, но на этот раз побыстрее доехал – уже к 12ти был в гродно. Не буду тянуть – ехал я на канц поляков die last(гданьск) и slowa we krwi(бялосток) и проведать друзей. В ходе поездки планы изменились и меня занесло ещё и в минск.. но об этом ниже,, В общем приехал я за день и был встречен стенами домов разрисованными кельтами и подобной херью.. наибольшую радость вызвала надпись SKИNS с кельтом с каждой стороны. Учится, учится и еще раз учится... :) В общем причиной всего этого «художества» были некоторые действия некоторых людей,, в общем не будем выносить чужой сор из чужой избы,, думаю все встанет на свои места в ближайшее время,,

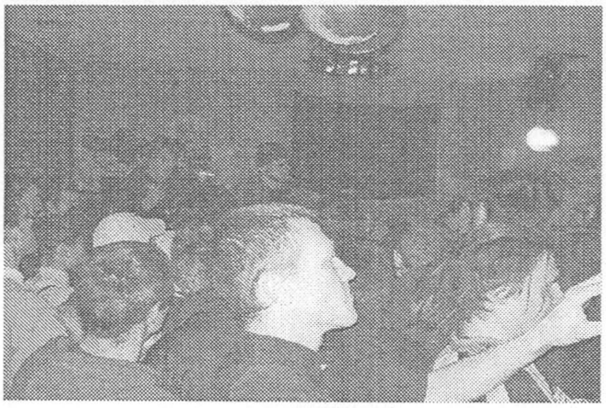
ANTIFA

Камроче,, в день концерта мы с Никитой встретили поляков с поезда и, заехав на дом к кое–каким тёмным личностям где нас покормили, оставили вещи и поехали на гараж. Да–да.. именно в гараже и состоялся концерт.. без рекламы и т.п. только свои,, всего было человек 30–40,, сие удовольствие стоило символичные 5000 бел. руб.

Отдельного места в этой колонке заслуживает описание этого гаража. Этакий маленький сквот, с граффити снаружи и внутри. Очень уютно и классно,, :) жаль у нас такого нету,, :(

Первыми начинали гродненцы bagna... теперь вместо Кати на вокале парень и появился ещё один гитарист, но общая концепция музыки отсалась такой–же – классный краст–хардкор... вторая гитара существенно добавила мощи и мелодики. Отыграли оч классно.. звук был суперский. Только вот микрофоны подкачали – голоса было плоховато слышно... местами почти никак.. народ начинает немного отплясывать...





Далее уже были die last... дислоцируются сии гарные хлопцы в гданьске,, а играют залихватский емо-хардкор,, просто супер, офигенно сыграли.. проблемы с микрофонами даже не ухудшили впечатление,, две гитары,, голоса,, бля супер!!! Стоять невозможно,,

Следующие slowa we krwi. Эту группу знают многие. Они уже приезжали в беларусь, да и бялосток не так далеко от нас. Классный хардкор с женским вокалом.. гитара одна, но и ее достаточно,, движуха идет во всю,, многие подпевают,, атмосфера просто не передать словами.. по-домашнему тепло и уютно,, охуенно,, на записи по хуже звучат,,

Завершали концерт опять же гродненцы i hope you die.. калифорния во всей своей красе.. только вот теперь их только 3ое. Чем это вызвано – не знаю, но поет теперь гитарист,, как и год назад мне они понравились.. хорошо играют,, хотя почти все оставшееся время я провел возле гаража общаясь с поляками,, а потом все собрались и пошли на остановку ждать троллейбуса,, а который час, а??? 00:15!!! Во как,, время пролетело очень быстро,,

Ну а потом перекусили немного и пошли спать,,хотя я с гданьскими так и не выспались.. как и остальные.. :) почти вся ночь ушла на приколы, разговоры, приколы и еще раз приколы,,

За это время я все-таки решил ехать с ними с минск,, вздремнули где-то полчаса, потом нас поднял будильник. Поели и поехали на поезд. По прибытии расположились в вагоне и немного пошумев легли спать,, усталость все-таки взяла своё,,

Более-менее все проснулись когда подъезжали к заславлю. Снова приколы и Кася показала нам что взяла с собой из дистры. :) Таким макаром добрались до минска. А на вокзале нас уже встречали Руслик, Трамбон и др. (звините кого забыл). Благополучно проследовав к Даше мы у нее и расположились. Ближайшее время было занято завтраком, отдыхом и неимоверным количеством приколов и шуток... шутили много, до коликов в животе и слез.

Спасибо Даше за гостеприимство! Ждем в гости!

Далее нас покормили и мы двинули на food not bombs, который проводился в нескольких кварталах от Даши. В общем так: в минске 4ре группы food not bombs, т.е. получается что каждая делает food not bombs раз в месяц. Не знаю даже чего сказать.. первый раз на такой движухе. Море впечатлений. Где-то человек 10 панков. Когда мы подошли было порядка 10-15 "клиентов". Поторчяли минут 5 и пошли обратно – пора брать вещи и ехать на клуб. Что мы и сделали.

Клуб находился достаточно недалеко от центра. Где-то через полчасика мы были уже на месте.

Оставили инструменты, личные вещи и поехали показывать полякам город. Опустим подробности,,

Когда вернулись обратно на клуб всё уже начиналось. Кстати, приехавшие москвичи и еще некоторые из минских очутились в кутузке по причинам своей «активности». В общем минус 2ве группы,, :(В клубе на тот момент находилось более 300 человек. Под сценой человек 50, рядышком бар, у противоположной от сцены стены расположились пару дистрибьюторов со своими дистро.. сразу бросается в глаза большое количество скинов и хулсов мтз-рипо в зале..

Первыми начинали канц минскачи тяжелые последствия вроде... или что-то в этом духе.. видел и слышал их впервые... неплохо.. Ну а играют они ска-панк-хард кор в духе rancid\operation ivy 2ва вокала.. мне понравилось, но лезть в гущу слэмящихся тел как-то не хотелось.. потом были bagna.. на этот раз гитары было плоховато слышно, не так мощно,, хотя вокал был хорошо слышен.. где-то за слэмящейся толпой образовался круг, в котором каждый желающий мог продемонстрировать свои мош-умения,, было забавно.. :) Далее были i know. Что-то что по составу и содержанию напоминает jiheart.. но как мне показалось более крастово,, очень живо и мощно,, далее уже были поляки и только поляки.. первыми были die last.. народу под сценой прибавилось. Хотя многие так и стояли поодаль и слушали.. как и день назад поляки показали очень высокий уровень.. очень эмоционально и захватывающе..

мля... охуеть... заканчивали канц slowa we krwi... возникли некоторые проблемы:с гитарой и шнуром, но их быстро решили,, очень заебись,, под сценой просто безумство,, отыграли буквально минут 15, как директор заведения подошел и скомандывал звукачу «отрубай нахуй!» Звукач отключать отказался до конца песни.. в общем поляки песню доиграли и звук вырубили,, Концерт закончен.

Далее slowa we krwi едут на вписку, а die last и я едем на вокзал на электрон, которым едем в брест, откуда die last уже будут добираться поездами домой,, по дороге заезжаем на дом к спазу, где нас кормят (большое сэнкс!!!) ну а дальше электричка.. добираемся до бреста.. еще есть часа полтора.. идем на короткую экскурсию в город,, по ходу срываем 2ве большие афиши приезжающего цирка,, поляки покупают себе немного халвы (как потом окажется – все равно мало),, дальше прощание и море эмоций,, все,, пиздец,,

псіх

ПОЭЗИЯ

Крови потоки
Томатные соки
Бред наглеца
Течет из лица
Желоба-стоки
Летние токи
Месть из свинца
Нет ей конца
Террор государства
Считают за царство
Парень в штанах
Летит на ветрах
Ложь и коварство
Прими как лекарство
Вселенский размах
Всё – в прах
Лучшие дни
Где же они?

ерш

5 ИЮНЯ - ГОДОВЩИНА

HARD CORE BREST CITY

Вот уже как год назад состоялся в нашем городе первый d.i.y.–punk–hardcore концерт... За этот год произошло много всего. Плохого и хорошего, веселого и не очень. Мы стали опытнее и умнее... На вскидку попробую провести небольшую статистику кто же успел у нас выступить за этот год:

Fuck It All (Минск), SUCKраМЕНТо (Минск), Devil Shoots Devil (Минск), Deviation (Гродно), V3Anus (Гродно), Toro Bravo (Вильнюс, Литва), Voice Of Boys (Минск), Mister X (Гродно), Мнение DOWN@ (Рогачев), AppleShout (Ивацевичи), Lamant (Минск), Acces Denied (Минск), Кризис (Минск), Роза Гумбатовна (Минск), Cause For Affect (Ивацевичи).

Из брестских групп: Facegrind, Nad Smile, Dream 664, Too Late: Frozen!, Мяжа, Сьцяна, ACCA, Проспект.

Еще было выступление Paprika Korps (Польша), но это не панк и не хардкор :).

Но это было, а теперь у нас 2005–й год и вот уже 5 июня – годовщина HARDCORE BREST CITY.

Концерт проходил в диско–клубе "Везувий" и стоил непривычно "дорого" – 4000 бел. руб.

Выступали: Fuck It All (Минск), Devil Shoot Devil (Минск), AppleShout (Ивацевичи) и Dream 664 (Брест). Кстати, Fuck It All выступали в Бресте и ровно год назад :).

Что же происходило на концерте я не знаю, в силу определенных причин (A.C.A.B.!!!!), так что все ниже изваянное написано со слов моих друзей, которые все же побывали на этом концерте.

Первыми выступали хорошо уже известные в Бресте ивацевичские хардкореры. Публики, к сожалению, пришло мало, а отрывалось еще меньше. Ребята под конец своего выступления хоть не много зал, но завели, так что следующей группе было проще, а это были Dream 664. Выступление Dreamов я пропустил из-за более важных дел (beer forever :)). Народу вроде как понравилось, неизвестно насколько уже данное их выступление :). Ну а дальше происходило все самое интересное, что было этим вечером. После небольшой настройки за дело взялись Devil Shoot Devil. Это их второй приезд в наш город и они мне в очередной раз охуенно понравились. В этот день они без вопросов были лучшими. Чего только стоит кавер Beastie Boys "Fight for your right". Завершали сегодняшнюю программу Fuck It Allы, продолжатели традиций нью-йоркской хардкор школы и в частности до сих пор не увядающего Agnostic Fronta. На этот раз они мне больше понравились, но текста в духе AF ну никак мне не катят, что тут поделать :). Вот в принципе и все что можно сказать по поводу концерта.

Ах да, на счет охраны: FUCK OFF. Людей, которые снимали майки, заставляли одевать их обратно и еще подобные мелкие нюансы немного подпортили впечатление о клубе. Сам клуб в принципе не самый худший. Вот так.

Псіх, Sanja

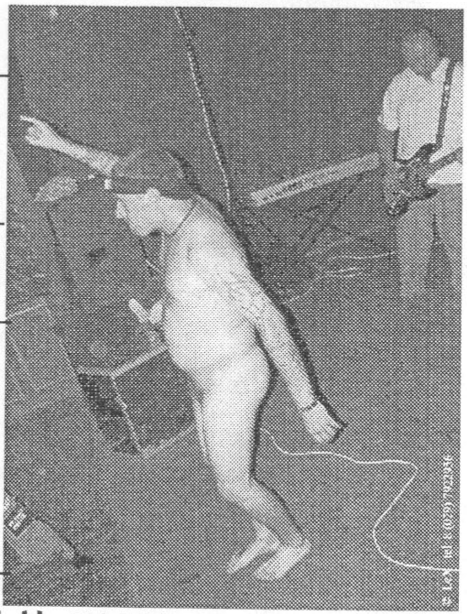
16 июля - Lamant в Мордой в пол!

Хе-хе Канц получился очень даже. Только народу пришло нежданно мало .
Но вернёмся непосредственно к началу концерта. Что ж начнём пожалуй с представления виновников торжества: Мордой в пол! Гродно , Lamant Минск и Too Late: Frozen! Брест .
В афишах начало значилось в 17:00, но концерт в любом случае начался бы в 18:00. На поляне около клуба первые личности появились уже где-то после 14:00 и со временем их число увеличивалось и виной здесь не инстинкт размножения, а постоянное прибытие всё новых людей. После появления Грина стало намного веселее, т.к. Грин принёс фрисби.. К назначенному времени к 18:00 в окрестностях клуба находилось порядка 70-80 человек, но в зале было не более 60

Начинали гродненцы Мордой в пол!. Народу в зале было не ахти и Боря с Ясиком расположились непосредственно в зале. Ничего похожего в живую я ещё не слышал. Как охарактеризовать их музыку - не знаю, оставлю это дело музыкальным критикам и тем, кому это нужно.

Осторосоциальные текста + классная рэповая музычка. Повальное большинство в зале просто стоит, некоторые кивают в такт головами и совершают какие-то непонятные пасы руками и только 3 "придурка" устраивают отрыв под сценой .

Потом наступило время Lamant презентовать свою новую программу и новую пластинку. Новый материл я услышал за день до концерта запись была сделана в питерской студии и по-моему выглядела какой-то неживой. На концерте весь новый да и старый материал звучал гораздо мощнее и веселее. Вот под Lamant в зале стояли только некоторое количество человек. Под сценой плотный слэм. А вот и третья песня - "Примета". "Плохая примета встретить 13 ОМОНовцев. 13 Путиных - ещё хуже" - говорит Грин и с небольшим

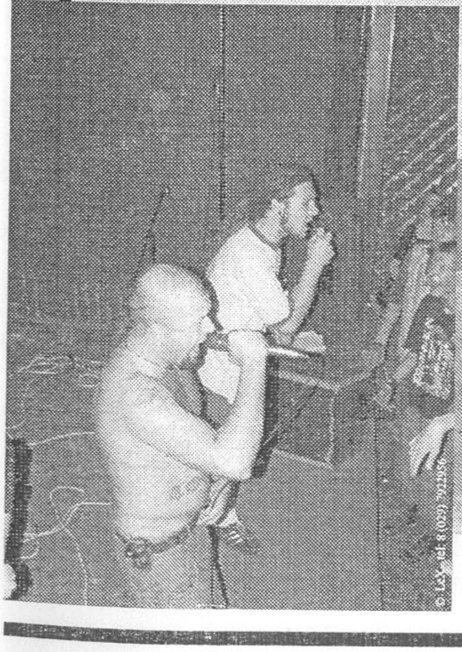


задержанием песня начинается, а вместе с ней и небольшая домашняя заготовка брестских - под сцену вламываются шестеро личностей в балаклавах, со картонными щитами с надписями "ОМОН SS" и с "дубинками" и начинается импровизированный МОШ!!! Было угарно J. Погодка стояла очень солнечная и в зале очень быстро стало жарко и душно. Уже к середине своего выступления Грин носился голым с микрофоном по залу

После Lamantов зал на полчаса оставили проветриваться и остывать. Пипл в свою очередь пошёл остывать на улицу

Следующими были Too Late: Frozen! Теперь у них на одном из вокалов вместо Крамы - Киря тот, который ранее был замечем в Facegrind R.I.P и Dream 664 тоже R.I.P. Соколов за несколько дней до концерта купил себе новую швайку и может по-этому или может по-другому, но TLF звучали в этот вечер мощнее, чем обычно. Народ успел отдохнуть от сумасшедшего спринта Lamant и отрывался во всю как в зале, так и на сцене.

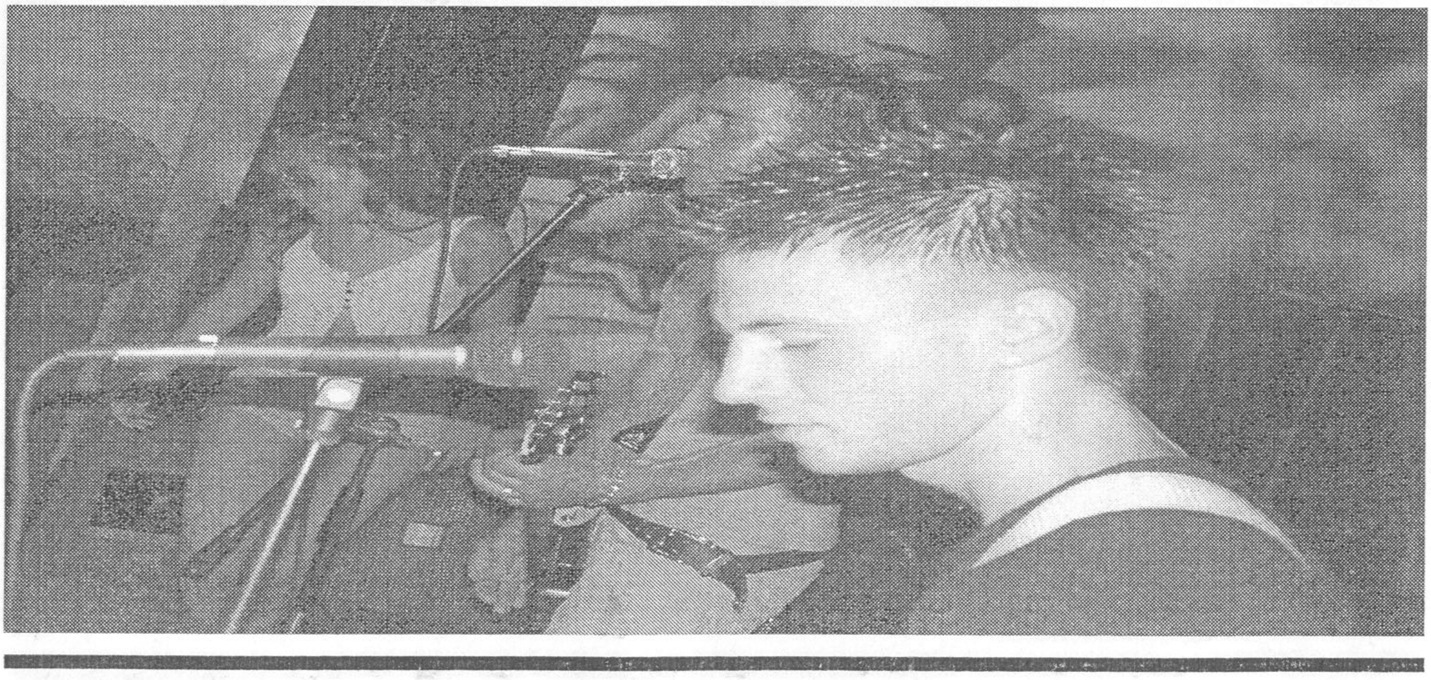
А дальше был вы скажите "конец" и будете не правы. А дальше снова были Мордой в пол! Что творилось в зале - не знаю, меня там уже не было.

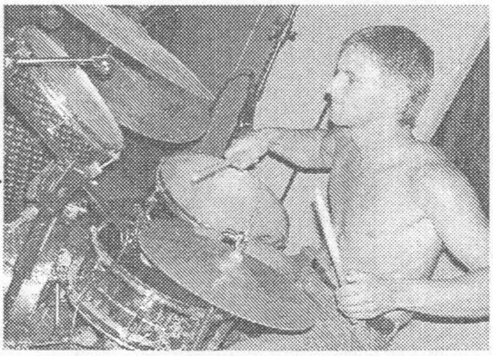


Псіх

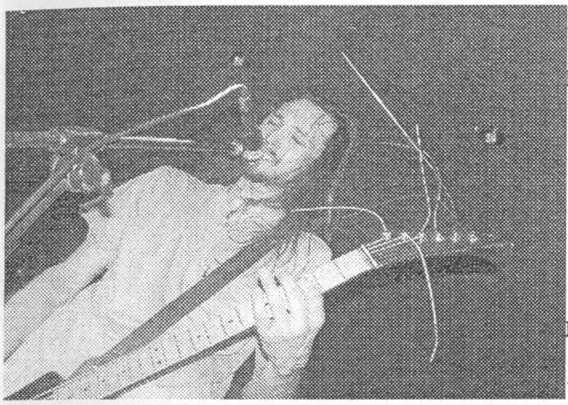
4 августа — Easpa Measa в Бресте

С места в карьер...
Ирландцы не приехали — вокалист сорвал голос (насколько эта причина объективна — пусть решает каждый). Как следствие из этого концерт в Барановичах был отменён, но в Бресте и Минске канцыки состоялись. Как там было в Минске не знаю (но поговаривают, что очень даже классно), а вот о концерте в Бресте попробую написать...
Всё действие происходило в клубе Везувий. Погодка стояла не очень — моросил дождь, да и настроение было какое-то паршивенькое. По ближе к обеду поехал встречать Геру, Инку и Ольку из Баранок. Заловились в центре и повалили на клуб. Настроение начало поправляться. Не успели толком обсохнуть, как приехала Оля-Нефер в компании двух поляков (вернее поляка и полячки). Поехали в центр за ними. Полазили по мокрому Бресту и затарившись пивом завалились в клуб. Через час после нашего приезда начался концерт...
Концерт начался с паузы. Решали кто-же будет играть первыми... Долго не могли прийти к общему решению. Nad Smile решили идти первыми, за что им спасибо. Играют они немного попсоватый калифорняк. Живо и весело. Заводная, не напрягающая музычка. Под сценой стоит порядка 25 человек. Просто тупо стояли и смотрели на группу. Вначале Пахотин, а затем и я плюнули на всё это и устроили за спинами этих истуканов мош. Благо места было много. Через некоторое время толпа под сценой всё же начала движение. Потом Nad Smile сыграли несколько песен вместе с каким-то рэпером (звини не знаю имени). Многим не было понятно назначение двух девчушек, которые стоя





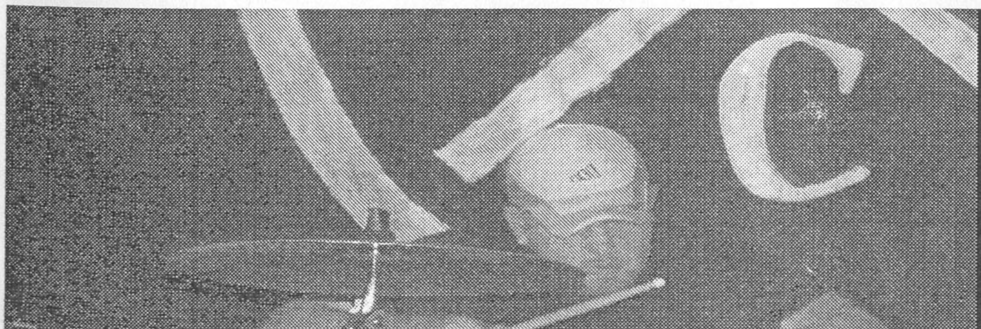
по углам сцены пробовали что-то "станцевать". Смотрелось очень мило и тупо...
Дальше были Сьцяна. Сейчас они играют что-то nu metalёвае. Колорит придаёт с аксофон (почему-то уже один). Неплохо отыграли. Под сценой что-то напоминает слэм. К нам присоединяется Гера и мы устраиваем мош-шоу. На нас квадратными болтами пялятся сидящие за задними столиками. Пару человек пытаются повторять за нами, но только наносят друг другу травмы.
Потом идут D-tails. Честно сказать — ожидал гораздо большего.А получилась какая-то

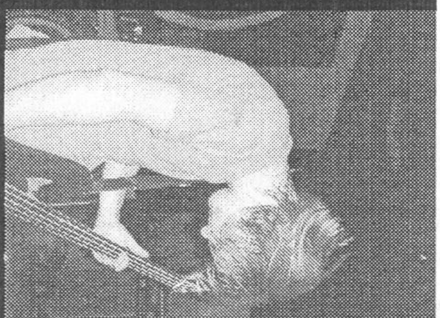


нудноватая музычка напоминающая KoЯn. Мы продолжаем мошиться. Когда останавливаюсь замечаю интересную вещь народ стоит и смотрит не на сцену, а на нас. А рядом с нами появляется пьяненький мужычёнка и начинает совер- и начинает совершать неопознанные телодвижения (танцем ЭТО назвать язык не поворачивается). Море смехе и позитивным эмоций...
Завершали концерт Too Late: Frozen! Кажется должен

был быть видео ряд, но его не было. Но хуже (да и лучше) от этого выступление TLF не стало. Репертуар знаком всем ценителям их творчества, так что многим удалось поплевать в микрофон вместе с Кирей и Крутей. В зале народ танчит во всю. Пьяненький мужичёк танчит на все 10 с плюсом. А дальше почти часовая dance-party. Звучит ska, oi!, reggae & etc. Танцуют все!
Хоть концерт был скучным, но народ смог раскрепоститься и повеселиться в своё удовольствие. По-моему шоу получилось классное... :)

Псix

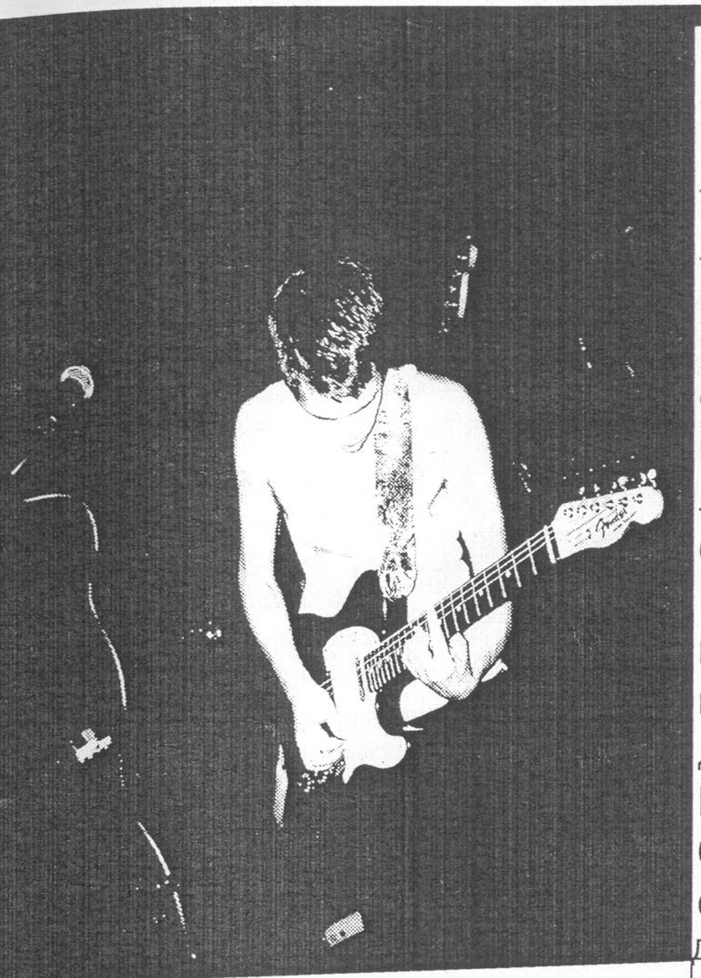




3 ОКТЯБРЯ – ALARMROCK

Хе-хе. Ну что сказать – дождались и мы праздника. :) После достаточно продолжительного отрезка времени к нам наконец-то доехал хоть кто-то! А именно – из самой солнечной Швеции к нам прибыли Alarmrock.

Сразу оговорюсь об остальных муз. коллективах, это: Nad Smile, Сьцяна, 2 Late: Frozen!. Именно эти названия можно было лицезреть на афише.
Народу было не так много, как ожидалось, но все таки человек 100 с небольшим было.
Начинали Nad Smile. Калифорния, калифорния, калифорния... ни дать – ни взять... весело, но как-то однообразно. Движение под сценой слабоватое.Потом выступление Nad Smile плавно перешло в выступление Soft Line (те же Nad Smile,только добавляется хип-хоппер на вокале). Что-то напоминающее хип-хоп\рэп. Далее идут Сьцяна. Опять же играют что полгода на-



назад, что год назад – что-то nu-металлическое. Кто шел именно на эту группу – тому понравилось, но заметно скучающих было достаточно. Отыграли хорошо. Во время их выступления приехали шведы. Как говорится – с корабля на бал. Сразу же распоковались, настроились и начали. До концерта нектороые особо ретивые успели выкачать и всемирной паутины пару-другую песен этой группы. Отклики были разные, но все сошлись в том, что своим звучанием они очень напоминают Clash Вот так.Вышли они в одинаковых безрукавках на которых справа на груди красовался зеленый контур автомата Калашникова, темных джинсах и кедах. Представились и начали... Бля... Вот это круто! Звучание напоминает Clash, но при этом местами напрашивается сравнение и с Ramones. Очень живо и мелодично. Ска налет придает труба. Ну и рубится все это в 2ве гитары. На сцене ребята во всю дают жару. Под сценой тоже очень жарко и угарно. Отыграли где-то немногим больше чем полчаса. Без комментариев – это лучшее что я увидел и услышал этой осенью. Следом шли Onegin. В общем сейчас они вроде как играют эмо. Тут уже свой состоявший контингент. Большинство их выступления я пропустил – общался со шведами в гримёрке. Потом были как ни странно Too Late: Frozen! Движ под сценой не прекращается. Когда оставалось минут 15-20 на сцене появились Мордой В Пол! Злобный такой остросоциальный рэп, теперь в расширенном до 3рех человек составе.

Много не сыграли, но поорать с ними довелось многим. :)На этом канц и закончился. Потом была вписка на снимаемой нами квартире,которая вылилась в посиделки до часов 3рех утра. Утром шведом соправодили на вокзал и посадили на поезд. А из-за шума нас с той квартиры поперли. :(за все приходиться платить.

Псіх

Рецензии: Sanja

РЕЦЕНЗИИ

APPLESHOUT "S/T" CD

appleshout@mail.ru | myspace.com\appleshout

Команда зародилась в небольшом городе Ивацевичи. Начинали с old school hardcoга. Сейчас группа всем составом живет в Минске. После смены басиста, музыка стала немного более агрессивной. Добавилось trash-hardcoровое звучание бразильского образца. Самая заводная песня, которую на концерте подпевает весь зал, “Дави в зародыше”: Дави фашизм — дави в зародыше. Тексты за punk unity, против macho pogo, брэндов, профессионального спорта, фашизма и т.д. Тексты хоть и хорошие, и как говориться ‘позитивные”, но по-моему сухие и слишком штампованные, но люди они хорошие.

CUT'N'RUN / TACKLEBERRY CD

No Manipulation Distro А/Я 205 г. Минск 220107 Беларусь, konyk@land.ru

Cut’N’Run - old school hardcore / youth crew группа из Питера. По музыке и текстам все стандартно, ни на миллиметр не отбиваясь от стиля. После второго прослушивания начинаешь зевать. Tackleberry — немецкая банда. Играют тот же old school hardcore / youth crew . Текста чуть получше, но тоже оригинальностью не блещут.

HUMAN POWER "BELARUS" CD

Xerotica Release, xerotica@bk.ru | No Manipulation Distro

Песни, вошедшие на этот диск, группа подобрала специально для издания в Беларуси. Англичане помешаны на японском грайндкоре и играют соответственно грайндкор японского образца. Один из музыкантов играл раньше в крастовой банде Sarcasm. Тексты против обывателей наплевательски относящихся ко всему, против нацистов, на экологическую тематику, против алкоголизма.

NOISENSE "FRAGMENT" CD

noisense@02.pl

Мелодичный польский хардкор. Половина текстов о личном (если не слышал бы музыку подумал бы что играют эмо), также есть тексты против политиков, против границ.

TROMPKA POMPKA "CZARNA GWIAZDA / PUNK-PUNK! TO JA!" CD

Примитив Дистро: А/Я 389 г. Минск 220090 Беларусь, okpunkrock@mail.ru | No Manipulation Distro

Мышь, с Примитив Дистро, издал в CD варианте два альбома очень милой и очень крутой польско-германской squat punk группы “Trompka Pompka”. К альбому Czarna gwiazda добавлен бонус трек “Moj clopak”. Обожаю эту банду. Все песни очень искренние и цепляющие. Обложка как обычно крутая, с черепками :). На обложке также есть переводы некоторых текстов.

V/A "BENEFIT COMPILATION FOR GRODNO FOOD NOT BOMBS" CD

Сборка составлена гродненцами. Деньги
от продаж этой компиляции пойдут на
местные акции Food Not Bombs. Подбор
групп очень толковый. Тут тебе и краст
(Homomilitia, From Ashes Rise, Kontrovers);
анархо-панк (Aus Rotten); мелодик панк
(Burning Kitchen, Turbostaat); панк-хард-
кор (Harum Scarum, Herodishonest); метал-
кор (Tragedy, Rambo); рэп (Verbox); и куча
других офигенных команд. К сожалению,
на обложке никаких контактов не остав-
лено.

4. It will be late

V\A "EARLY EIGHTIES PUNK FROM ARGENTINA" CD

Кирилл Михайлов А\Я 51, 198332 Санкт-Петербург Россия, notlg@mail.wplus, www.karma-mira.nm.ru

На этой сборке можно услышать четыре
аргентинские панк группы начала 80-х. К
сожалению запись желает лучшего. По
стилю, как не сложно догадаться punk 77.
Мне понравились Anti Todo и Muerte Civil.
Old punk never die :)

11. Do not play taxed!

V\A "UNDERGROUND" CD

FCR P\O box 152 Burton-on-Trent DE141xx England | Chincave 434 Werrington Road Bucknall Stok-on-Trent ST2 9AB England

International DIY Punk-HC компиляция,
выпущенная английской FCRecords. На ней
представлено семь групп (по 3 и более
песни каждой): Eggraid (Англия), Existench
(Канада), Melee (США), Kakistocracy
(США), Nabla (Чехия), Selkkaus (Фин-
ляндия), Acao Direta (Бразилия). Наиболее
интересные для меня команды — Melee и
Acao Direta.

V\A "WHERE YOUR MIND?" MC

Defectapes Distro: Александр Василенко А/Я 177 Ратомка 223035 Минский район

Беларусь, defectindustry@mail.ru

Очень хорошая сборка Саныча (экс Brud/
Krou). На ней много первоклассных команд.
Перечислять их не буду. Скажу только, что
из неизвестных ранее мне команд открыл
для себя Espa Measa, играющую new crust.
На обложке есть контакты всех банд. Так
что если какие группы заинтересовали пи-
шите им письма :).

ЛИСИЧКИН ХЛЕБ "Я ПРОИГРАЛ" CD

No Manipulation Distro

Первый раз их услышал в апреле этого го-
да на концерте в Бресте. Из-за плохого звука
не смог по достоинству оценить группу. За-
тем один друг дал мне эту запись. На этот
раз они у меня оставили только положите-
льные эмоции. Интересные и своеобразные
тексты. В музыкальном плане играют что-
то нежно-постпанковое.

ПРОВЕРОЧНАЯ ЛИНЕЙКА "J ПИЛИТ АРМАТУРУ" CD

pit@sxe.ru , www.sxe.ru | 1x9x8x4 distro, xpsichox@inbox.ru

Хорошая группа, хорошие люди. Игра-
ют хардкор. При этом они мало похожи
на хардкорщиков :). Это и к лучшему.
Очень понравилась песня "Спорт шта-
ны". Почти все тексты на российском
(английское произношение у них явно
хромает :)). Тексты про Foot Not Bombs,
за освобождение сцены от nazi scuma,
песня-посвящение Iany McKeyю, про
модников: "Время отвечать за свою ку-
льтуру | Стой за нее или уходи | Лучше
лежать, чем стоять на коленях | Время
отвечать за культуру с ноги | Модник,
позер — накорми бездомных | Злу отве-
чай аргументом в табло | Зачем ты при-
шел? Здесь опасная зона | Здесь люди
живут в ритме хардкора". Вдохновляет?
Пит (вокалист банды) также делает
крутой diy sxe zine ИМХО.

http://oi-belarus.com

первый беларуский скинхэд-сайт

OI! BELARUS

http://oi-belarus.com

" SKATEBOARDING RUINED MY LIFE "

[illegible]

одни из участников: WxHxNx?, Reproach, Herodishonest, xENVISIONx, Hit Me Back, Bones Brigade, Code 13, Pull Out An Eye, GxBx, ETA ...

[illegible]

[illegible] 220138, Беларусь, Минск, [illegible]

MALIGNANT TUMOUR - BURNINHELL CD/TAPE

Brand new album. Explosive mix of crust, rock´n´roll and old metal.
Out - April 2005   Later also available on vinyl.

This album is dedicated to all our fans worldwide See you on world bar tour !!!

OZZ MUSIC proudly presents

DISTRESS

RUSSIAN D-BEAT ATTACK

CATALOGO PRIMAVERA '05

ELEKTRODUENDES Punk a 2 voces chico -chica
CD 7 e   L.p. 7e

GRITA o MUERE Records

Split CD con estas 3 grandes bandas HC PUNK CRUST de lo mejor del estado
CD 6 e

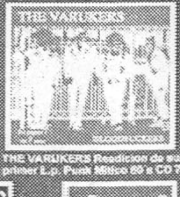
NO CONFORME - CAOS OK Split L.p. Crust punk brutal y HC Punk a toda ostia
L.p. 7 e

HUMAN BASTARD - DISUNDEAD split e.p. Dis motor punk del bueno. E.p. 3 e

ATEH "Aniquilacion Total de la Especie Humana" Punk Crust
CD 5 e

NIÑOS DE LA PUS Punk con letras brutales desde Guadalajara. CD 5 e

KAKO "Otro puto dia mas..." Punk dicen entre Andanada 7 y Miseria y Cia. CD 6 e K7 3 e



THE VARUKERS Reedicion de su primer L.p. Punk Mitico 80 s CD 7 e

ESKUPE Punk corrosivo desde Bcna K7 2,40

LOST WORLD Punk con chica a la voz desde Alemania K7 3 e

REJECTED YOUTH Punk rock muy bueno desde Alemania K7 3 e

THE VARUKERS "How do you sleep??" K7 3 e

TODAS LAS CAMISETAS DE COLOR NEGRO

THE ADICTS - 9 e
2 Tintas: Blanca - Roja

ANDANADA 7 - 9 e
2 Tintas: Blanca - Roja

CICATRIZ - 9 e
2 Tintas: Blanca - Roja

CICATRIZ - 9 e
Tinta Blanca

ESKORBUTO - 9 e
3 Tintas

OI THE ARRASE - 9 e
Tinta Blanca

RIP - 9 e
2 Tintas: Roja y Blanca

DELANTE

DETRAS

DEAD KENNEDYS - 9 e
Delante tinta blanca
detras roja y negra

ESKUPE - 7 e
Tinta Blanca

TAMBIEN TENEMOS CAMISETAS DE ELEKTRODUENDES
CALAVERA TINTA BLANCA - 7 e

TAMBIEN DISPONIBLE
VIOLENT HEADACHE "Police Brutality" CD 6 e
KARTON D VINO "Prefiero vivir..." K7 2,40 e

PROXIMAMENTE
DISFACE nuevo CD
TOTALICKERS e.p.

GRITA O MUERE
Apdo: 37020
08080 Barcelona
E-mail: gritaomuere@punks.org
gritaomuere@hotmail.com
www.gritaomuere.espai.org

COMO HACER TU PEDIDO
Por correo normal o E-mail, luego ingresas el dinero del pedido mas los gastos de envio (que estan entre 3,5 y 5 euros, depende de la cantidad que pidas) en el nº de cuenta: 0182 - 1042 - 98 - 0202637197 a nombre de Alejo Ch. en el BBVA. Despues nos haceis saber que ya esta hecho el ingreso y una vez confirmado os mandamos el material. Tambien os lo podemos mandar a contrareembolso, pero es mas caro para vosotr@s, por que hay que pagar los gastos del contrareembolso. Telf: 636 75 09 66 (para conciertos y demas.......)

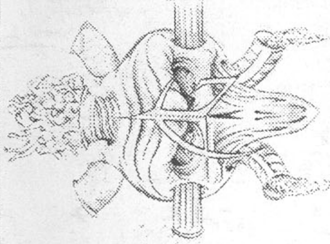
APRIL "live" CD(+video)
EXMISJA "cylowieczeństwa" CD
COMECLOSER "diversity decline" MC /
NO MORE FEAR "2001-2004" MC /
I ADAPT "Sparks turn to flames" MC
HOW TO MOSH CD-video
ANIMAL FRIENDLY CD-video
ATOMIC WARTHOG zine/rus

220138, Minsk, PO Box 31,
xandreyx@xskidrowx.com
www.xskidrowx.com
~ xxx ~

Www.distro-fik.tk

панк-страничка
ИНТЕРВЬЮ
ГЕСТБУК
НОВОСТИ
ГРУППЫ
ДИСТРО
И ДРУГОЕ...

Punk-page
INTERVIEWS
GUESTBOOK
NEWS
BANDS
DISTRO
AND ANOTHER...



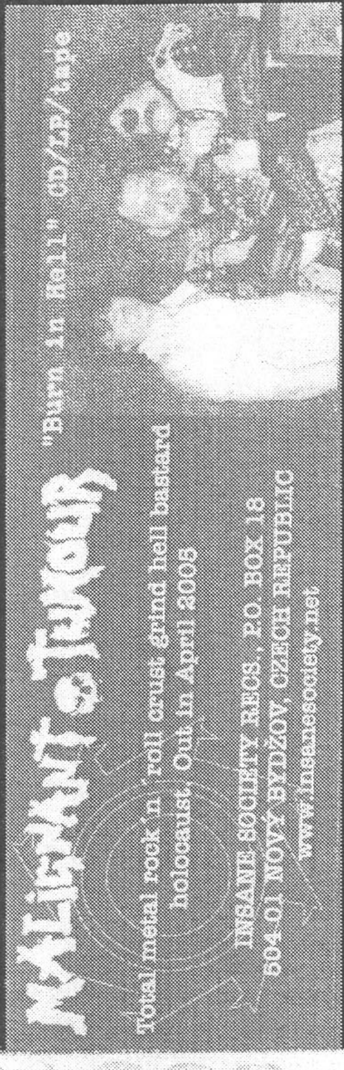
"At the age of progress and global capitalism, how much does a human life cost? As a creature, as a personality? How much will your life cost today? Tomorrow?

You are sure that you live in a "fair, just" world, the law and the order. Who has created it? Who has established it as a norm? I'm asking you, who?

Who has owned the right to operate you life? The state? Are you agree with it? Are you ready to punishment for your freethinking? Are you ready to earn you living at the cost of others lifes?

You observe laws. Your life: work, meal, TV-screen. Two days off per week – have fun, have a good time, and get drunk. Sit at home and look TV, and don't pay attention that there is a war, which somebody is dying somewhere, and you are at home, in your chamber, in your concentration camp."

Antiglobalizator punx/hardcore - crust from Belarus
contact: e-mail: ***discontent_zine@mail.ru***



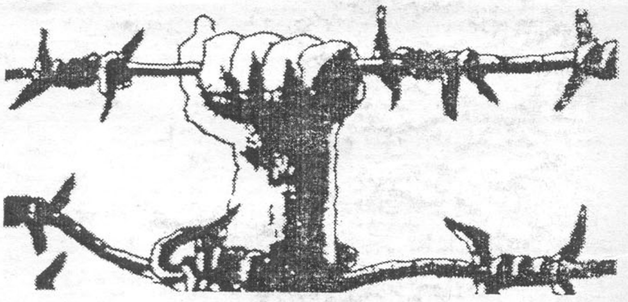
dr.animal vs parazit:
cd-r: **smartut kahol lavan**-[скоростной панк из Израиля]- 1у.е.
hibernation- [краст хардкор мрачный. Греция] - 1у.е.
los dolares- [анархо панк хардкор Венесуэла] - 1у.е.
burn all flags-[олд скул хардкор или что то рядом с этим] - 1у.е.
партия"панк моя жизнь"-[панк группа из Минска]-1,2 у.е.
дыхайце вольна! 1 [dissent.mnenie downa.mushroom people pichismo.lamant.партия.объект contra la contra.jur by. радиоактивные отходы.rds.] – 1,2 у.е.
дыхайце вольна! 2 [los dolares/full size.deviation/no choice! /slowa we krwi/o.p.d./smartut kahol lavan/burn all flags/american tourists/human waste/herodishonest/rai ko ns/ when my authorities fall/hibernation/20 minutes de chaos/splendid 69/infekcja] - 1у.е.
human waste-[шведский дисланк]- 1,2 у.е.
see you in hell / 20 minutes de chaos-[треш панк Чехия/ сырой панк краст Франция] -1,5 у.е.
кассеты: **human error**"torture culture" -[мини альбом краст грайнд группы из Венгрии] 0,6 у.е.
step on it"street folklore"-[агрессивный хардкор Венгрия]- 0,7 у.е.
gride"manipulation"-[ультра хардкор грайнд дискография.Чехия]- 0,7 у.е.
kalashnikov-[мелодичный панкрок с женским вокалом.Италия]0,6 у.е.
п а н к   з и н-[нет названия.зато есть динозавр на обложке. 3бстр.А5 . вью- fight back,ylere,gride,nrydjyuverk. так же статьи ,рисунки,комиксы стоит 1$]

ПАХОТИН СЕРГЕЙ ПР МИРА 22-3 225215 БЕЛООЗЕРСК БРЕСТСКАЯ ОБЛ   ROUDI@LIST.RU

Распространяется зин «НЕЧЕГО ПИСАТЬ №3» («Devil Shoots Devil», «МНЕНИЕ DOWNа», рецензии, статьи, мысли)
Приобретение и контактирование по адресу:
ч-н Горынь, д.18, кв.7,
225820, р.п.Речица,
Столинский р-н,
Брестская область,
Беларусь.
Кондратский Виктор
Цена: 0.4 у.е. или обмен.

Underground extreme musick fanzine from Anatolia...
IMPACT DRILL #2 OUT NOW!
Featuring interviews with Barbatos and One Step Beyond; Detailed underground metal scene reports from Hungary, India, Macedonia and Sardinia/Italy; Neuropathia and Third Degree tour report; Over 180 reviews on albums, demos, vinyl records, compilations and fanzines; Sick artworks, photos and drawings; Flood of underground contacts; Totally English written 48 A5 pages with underground layout and without waste of space; Only 3Usd/3Euro, well hidden cash or trade.
c/o Semih Orhan, Fethiye Mah. Isiktepe Cad.
Akkent Sitesi n/3 Nilufer, Bursa TURKIYE
impactdrillzine@hotmail.com
Please do not mention Impact Drill on the envelope.
Distros and zine editors get in touch for bulk trades!
- Flyer printed in March 2005 -

Афоризмы



ДЕМОКРАТИЯ – ЭТО ВОЛЯ БОЛЬШИНСТВА, РАЗРЕШЕННАЯ МЕНЬШИНСТВОМ.

ЧТОБЫ ДЕТИ ВЫРОСЛИ ЛЮДЬМИ ИМ НАДО ЧИТАТЬ О ЖИВОТНЫХ.

НЕ НАДО ИМЕТЬ БОЛЬШИХ СПОСОБНОСТЕЙ, ЧТОБЫ СТАТЬ СПОСОБНЫМ НА ВСЕ.

ОТ ТРЕЗВОГО ВЗГЛЯДА КРУЖИТСЯ ГОЛОВА.

ЧЕЛОВЕЧЕСТВО ГОТОВО УНИЧТОЖИТЬ СЕБЯ, ЧТОБЫ ЛУЧШЕ ЖИТЬ.

ТРУДНО ГОВОРИТЬ ПРАВДУ, ЕСЛИ НЕ ЗНАЕШЬ, ЧЕГО ОТ ТЕБЯ ЖДУТ.

ОДНИМ – ВСЕ, ДРУГИМ – ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ.

НАШЕ ДЕЛО МАЛЕНЬКОЕ – МЫ ПОБЕДИМ.

КОГДА ВЫДАЮТ ЧЕРНОЕ ЗА БЕЛОЕ: ВЫИГРЫВАЕТ СЕРОСТЬ.

ЛУЧШЕЕ АЛИБИ – БЫТЬ ЖЕРТВОЙ.

БОЛЬШЕ ВСЕГО БЫВАЕТ ПОСТРАДАВШИХ ОТ СЛОВ К ДЕЛУ.

КАЖДЫЙ НОВОРОЖДЕННЫЙ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ НА ЧТО ИДЕТ.

МИРАЖ – ЭТО НЕ ТО, ЧТО КАЖЕТСЯ, А ТО, ЧЕГО ЖДЕШЬ.

КАК ЧАСТО ЖЕРТВУЮТ ЛЮДЬМИ РАДИ ИХ БЛАГ.

КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК ИМЕЕТ ПРАВО ЗНАТЬ О СВОЕМ БЕСПРАВИИ.

ЛЮБОВЬ ЧЕЛОВЕКА К ПРИРОДЕ ВСЕ ЧАЩЕ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ РАЗВОДОМ.

ЕСЛИ ГОВОРИТЬ НА ЧИСТОТУ, ТО ЛУЧШЕ О ДРУГОМ.

МЕНЯЮ СВОЙ ВНУТРЕННИЙ МИР НА ВНЕШНИЙ СО ВСЕМИ УДОБСТВАМИ.

КРОМЕ РОЖДЕНИЯ, НЕ БЫЛ ЗАМЕЧЕН НИ В ЧЕМ ПРЕДОСУДИТЕЛЬНОМ.

ЧЕМ МЕНЬШЕ СВОБОДЫ, ТЕМ БОЛЬШЕ ПРИЗЫВОВ К ЕЕ ОГРАНИЧЕНИЮ.

РЕВНОСТНЕЙ ВСЕГО ОХРАНЯЮТСЯ ИСТОЧНИКИ ПРОБЛЕМ.

УРОНИВ СВОЕ ДОСТОИНСТВО, СДЕЛАЙТЕ ВИД, ЧТО ЭТО НЕ ВАШЕ.

ПРОГРЕСС ЗАШЕЛ ТАК ДАЛЕКО, ЧТО ПОТЕРЯЛ ИЗ ВИДУ ЛЮДЕЙ.

НАКОНЕЦ НАША БЮРОКРАТИЧЕСКАЯ МАШИНА ПРЕВЗОШЛА УРОВЕНЬ МИРОВЫХ СТАНДАРТОВ.

В ЦЕЛЯХ КОНСПИРАЦИИ ЛУЧШЕ НИЧЕГО НЕ НАЧИНАТЬ.

СТАДНОМУ ЧУВСТВУ ДОВОЛЬНО ПАСТБИЩ.